



DEN 15 MAJ 2009

*Blogg och landskapsarkitektur,
i ett samhälle alltmer influerat av populärkultur.*

KATARINA SVENSSON

KATSVE(AT)GMAIL.COM

Självständigt arbete vid LTJ-fakulteten, SLU

Examensarbete vid Landskapsarkitektprogrammet, 30.0 ects
Fakulteten för landskapsplanering, trädgårds- och jordbruksvetenskap
© Sveriges lantbruksuniversitet, Alnarp, 2009

Engelsk titel: *The garden in the blogosphere;*
blogging and landscape architecture, in a society
increasingly influenced by popular culture.

TRÄDGÅRDEN I BLOGGOSFÄREN

TRADGARDENIBLOGGOSFAREN.BLOGSPOT.COM

FRAGMENT

Att utforska ett ämne genom handling.

Att utforska ett ämne genom en blogg.

Att utforska en handling genom att skriva.

Att skriva sig till kunskap om en blogg.

Att utforska en blogg genom handling.

Skapande handling.

DE N 12 MAM 2009

Blogg och landskapsarkitektur i ett samhälle alltmer influerat av populärkultur.

KATARINA SVENSSON

KATSVEN(AT)GMAIL.COM

Titel: *Trädgården i bloggospfären; blogg och landskapsarkitektur, i ett samhälle alltmer influerat av populärkultur.*

Nyckelord: *blogg, trädgårdsdesign, landskapsarkitektur, populärkultur, kommunikation, media.*

Engelsk titel: *The garden in the blogosphere; blogging and landscape architecture, in a society increasingly influenced by popular culture.*

Keywords: *blog, garden design, landscape architecture, popular culture, communication, media.*

Serietitel: Självständigt arbete vid LTJ-fakulteten, SLU

Författare: Katarina Svensson

Examensarbete vid Landskapsarkitektprogrammet, 30.0 erts

Fakulteten för landskapsplanering, trädgårds- och jordbruksvetenskap

© Sveriges lantbruksuniversitet, Alnarp 2009

Handledare: Maria Hellström Reimer, Landskapsarkitektur, SLU Alnarp

Examinator: Mats Lieberg, Landskapsarkitektur, SLU Alnarp

Bitr. examinator: Karl Lövrje, Landskapsarkitektur, SLU Alnarp

Kurstitel: Examensarbete för landskapsarkitekter (EX0375), 30 hp

Nivå och djup: Avancerad E

FÖRORD

Denna rapport är ett avslutande moment i min utbildning på Landskapsarkitektprogrammet, det är en sammanställning av en studie som genomförts under 2008/2009.

Jag vill passa på att nämna några namn som varit till stor hjälp för studiens genomförande: Först och främst vill jag tacka min handledare Maria *Hällström* som väglett mig genom processen samt utvecklat och förbättrat mitt arbete.

Jag vill tacka *Theodor Randås* som varit ett stort stöd och bidragit till många intressanta diskussioner och reflektioner. Tack till vänner och familj för goda samtal om examensarbete och bloggar.

Tack *Jonas Peirone* för värdefulla kommentarer kring rapportens layout och struktur. Tack *Sabina Jallow* och *Anette Nilsson* för era synpunkter kring rapporten i dess slutfas.

Slutligen vill jag tillägna en rad till min pappa, *Hans Svensson*, som stolt skulle ha suttit på första raden den dagen då hans dotter blev landskapsarkitekt.

Katarina Svensson
Alnarp, maj 2009.

BETRAKTELSE

Tisdag den 18 november 2008.

Att skriva ett examensarbete,
en uppgift som verkade så enkel till en början, men som
bara växte i komplexitet under arbetets gång.

Jag har inte bara lärt mig att göra en blogg, eller
att skriva en uppsats. Nej, för att kunna skriva detta
arbete har jag också varit tvungen att analysera och
lära känna mig själv. Mina styrkor och inte minst mina
svagheter har blivit blottade och synliga under arbetets
framväxande.

För ambitiöst kanske någon kan tycka, onödigt och
komplicerat. Varför ta sig vatten över huvudet?

Detta är inte ett perfekt arbete, det kommer det aldrig
någonsin att vara. Inte ens försöka vara.
Det är vad det är.

Mina tankar och min strävan efter att nå perfektion.
Konstigt ord egentligen, perfektion. Att nå perfektion
är en omöjlighet, men på vägen har jag ibland

snubblat på information som givit mig nya
perspektiv

som fått mig att byta riktnig och som tagit mig dit
jag aldrig trodde jag skulle hamna från början. Ibland
har jag hamnat i en återvändsgränd, ibland har magi
uppstått. Inget som går att förutspå.
Det bara händer.

Detta examensarbete är inte heller bara mitt, utan
tillhör också alla de som funnits runt i kring. Som
mött mig med hopp i mina tvivel, som gett inspiration
när jag varit tom, som visat möjligheter när jag
inte kunnat se vägen, som visat mina styrkor när
jag varit uppfylld av brister. Utan er skulle
detta arbete aldrig varit.

Tack!

Att skriva examensarbete är svårt, knaggligt
och uttömmande, kanske belönande.

Att skriva är att lära känna sig själv. Att
lära känna sig själv är att utvecklas.

Utveckling är att aldrig fullbordas. Ett
arbete är ett avtryck, en avbildning av en
utveckling vid en särskild tidpunkt.

Jag älskar att skriva.

Jag hatar att skriva.

Jag kommer aldrig att sluta skriva.

SAMMANFATTNING

Nyckelord: *blogg, trädgårdsdesign, landskapsarkitektur, populärkultur, kommunikation, media.*

Dagens huvudrubrik: Den nya trädgårdstrenden är här! Medietrenden är tydlig; trädgården har blivit populärkultur och via tidningarnas löpsedlar, tv, inredningsmässor etc. letar den sig ut till en allt bredare publik. Trädgården framställs i populärpressen som ny och modern med en tydlig trendfokus där utseende och form framhålls, något som ofta baserar sig på marknadsekonomiska incitament. Trädgården som "trendig" är en bild som inte sällan bekräftar den allmänna uppfattningen, eller förutfattade meningen om man så vill, om trädgården som en förlegad eller gammaldags företeelse. Jag ställer mig frågan hur jag som landskapsarkitekt ska förhålla mig till den alltmer inflytelserika populärkulturen – måste vi hitta nya sätt att kommunicera? Kanske kan vi ta tillvara de förutsättningar som skapats av den pågående medieutvecklingen och med detta som utgångspunkt skapa en nytolkning av trädgården?

Jag fick idén om en trädgårdsblogg då jag konstaterade att trädgård på Internet inte tycks visa ett spår av det trendfokus som kännetecknar rapporteringen i populärpressen. Här är trädgården fortfarande traditionellt odlingsrelaterad, något som kombinerat med ett till synes växande intresse för trädgårdsdesign skapar en möjlighet. Det var ur detta perspektiv som jag inledde min studie kring ämnet med målet att skapa en blogg om trädgårdsdesign på Internet. Men skapandet av en trädgårdsblogg ledde också till svårigheter, och antagandet om en "trädgård i populärformat" sattes på sin spets. Är det överhuvudtaget möjligt att som landskapsarkitekt ha en kommersiell och marknadsinriktad ståndpunkt utan att motsäga sig själv?

Med dessa frågor som grund formulerades en forskningsuppgift, med syfte att undersöka hur jag med bloggens hjälp kan ta ett steg mot en förnyelse av trädgård som ett kulturellt fenomen. Detta undersöks genom en tvärvetenskaplig ansats där jag diskuterar landskapsarkitektur och trädgård i förhållande till uppsatsens två huvudbegrepp: populärkultur och blogg.

Slutsatserna visar att det i Internetträdgården skapas ett intressant möte mellan medievärlden och landskapsarkitekturen. I mötet uppstår det oväntade, bloggen smälter samman med trädgården som nyskapas i en virtuell skepnad. Trädgården har utvecklats från sin ursprungliga form och får på Internet ett eget liv där begreppet trädgård får en ny innebörd. Jag vill påstå att denna konvergens bidrar till det som jag vill kalla en förnyelse av trädgården som kulturellt fenomen. Trädgårdsbloggen blir en unik företeelse och en välkommen utvidgning av den designteoretiska trädgårdsdiskursen.

Välkommen till den nya trädgården i bloggssfären, där landskapsarkitektur möter mediekultur, det professionella blandas med det folkliga, tradition med trend, där det populära existerar sida vid sida med den "fina" och den "folkliga" kulturen, och där en ny kommunikationsarena skapas öppen för alla att delta.

DAGBOK

Detta är tankar ur min idéprocess
från arbetet med bloggen.

Arbetet har löpt parallellt med mitt
rapportskrivande och gett mig större förståelse för teorin.

Det har inte varit ett strukturerat arbete
utan snarare en alternativ väg att gå när jag fastnat i
teoretiska villospår.

Den har varit en livlina som jag kunnat greppa
när jag inte längre sett målet framför mig. Jag
har inte alltid förstått hur denna del ska komma
in i min rapport.

Dess form har varit en frizon för tankar
vilket har varit en lättnad
samtidigt som den ibland komplicerat sanningen
och varit ett skäl till frustration.

Jag har under lång tid arbetat med
målet att nå ett färdigt resultat,
ett inslaget och dekorerat paket; en
färdig blogg,

Det var istället när jag insåg att det är vägen
dit, med alla frågor och funderingar, som är
essensen i mitt examensarbete som alla bitarna
föll på plats.

Här publicerar jag mina tankefragment, fria för
individuell tolkning, och fria att bidra till den
sanning som är riktig för dig.

Denna del kan läsas fristående eller fungera som
stöd och komplement till rapportens strukturerade
högra del.

Mitt mål var att ta ett första steg mot en
förnyelse av begreppet trädgård på internet,
och kanske blir det också jag som tar det andra
steget. Men lika mycket hoppas jag att fler kommer
följa mina fotspår eller ännu hellre springa före
mig.

Om detta arbete skapar en våg av nya trädgårdar i bloggossfären är min
ambition med detta arbete uppnådd.

ABSTRACT

Keywords: blog, garden design, landscape architecture, popular culture, communication, media.

Headline of today: The new garden trend is here! The media trend is clear; the garden has developed to popular culture and is through newspaper headlines, television, fairs etc. looking out on an increasingly wider audience. The garden in the popular press is described as a new and modern, where design and appearance is prioritized, which often is based on market incentives. The garden as “trendy” is an image which often confirms the general opinion, or preconceived idea if you like, on the garden as an outdated or old-fashioned phenomenon. I wonder how I, as a landscape architect should relate myself to the increasingly influential popular culture – do we have to create new ways to communicate? Perhaps we can take advantage of the conditions created by the current media development and on this basis, create a new interpretation of the garden?

I got the idea for a garden blog when I found that garden on the Internet does not seem to keep track of the trend focus that characterizes reporting in the popular press. On Swedish Internet sites the garden still is traditional cultivation-related, which, combined with an apparently growing interest in garden design creates an opportunity. From this perspective I began my study on the subject with the objective to create a blog on garden design on the Internet. But the creation of a garden blog also led to difficulties, and the adoption of a “garden in the popular format” was set to a head. Is it possible as a landscape architect to have a commercial and market-oriented stance without contradicting himself?

With these questions as a basis a research task was formed, with the aim to explore how I with a blog can take a step towards a renewal of the garden as a cultural phenomenon. This is examined through an interdisciplinary approach, where I discuss landscape architecture and the garden in relation to the two main concepts of the study: popular culture and blog.

The findings show that the Internet garden creates an interesting encounter between the media and landscape architecture. In this encounter, the unexpected is revealed, the blog and the garden blends together into a new virtual element. The garden has evolved from its original form and is given a new meaning on the Internet. I would say that this convergence contributes to what I want call a renewal of the garden as a cultural phenomenon. The garden blog becomes a unique phenomenon and a welcome expansion of the design theoretical garden discourse.

Welcome to the new garden in the blogosphere, where landscape architecture meets the media culture, the professional is mixed with the popular, tradition is mixed with trend, where the popular is existing side by side with “high” and “trivial” culture, and where a new arena for communication is created, accessible for everyone to participate.

INNEHÅLL

Denna rapport har en struktur där min process (mina personliga betraktelser, mina anteckningar och annat material dokumenteras på arbetets vänstra halva.

I rapportens högra teoridel presenteras resultatet av de samlade slutsatserna från arbetet.

På detta sätt kan man få en inblick i processen och en djupare förståelse för de teoretiska resonemang som jag för,

då dessa exemplifieras i tankegångar och bilder.

KOMMENTAR

Den röda texten fungerar som hjälptext med kommentarer, en metadiskussion, som jag för genom arbetet.

Ibland länkas innehållet samman mellan sidorna med röda trådar.

INNEHÅLL

| | |
|----------------|----|
| Förord | 5 |
| Sammanfattning | 7 |
| Inledning | 13 |

DEL I POPULÄRKULTUREN 25

| | |
|--------------------------------------|----|
| Trädgården som populärkultur | 31 |
| Landskapsarkitekt i en populärkultur | 35 |

DEL II BLOGGEN 45

| | |
|------------------------------------|----|
| Alltings sammansmältande i bloggen | 47 |
|------------------------------------|----|

| | |
|----------------|----|
| Slutdiskussion | 57 |
| Referenser | 71 |

ANTECKNINGAR

Samtal med Tiina Sarap,
någon gång i februari.

"Skriv ett arbete där du får
utveckla ditt varumärke, skryta med
din förmåga."

"Tänk, vad vill jag? Vad vill
jag veta mer om? Vad är mest
intressant?"

Men vad är egentligen min
förmåga? Vad vill jag? Vad
kan jag?

"Arbetet ska vara
landskapsarkitektur, ej
reklam, design eller webdesign."

"Tekniken påverkar designen.
Påverkar tekniken formen för
resultatet? Jag hävdar att det
gör det. Arkitekter började rita
kantigare design i samband med
lanseringen av AutoCad. Tänk,
digital representation. Du måste
läsa texter och skapa en bild av
ett sammanhang. Leta bland Formlära
IV och Design som handlings texter.
Kanske finns det något som du redan
läst som kan vara till din hjälp."

"Arbetet kan vara en
baklängesversion av sidan,
där du resonerar kring den."

En koncept sida där idéinnehållet
utvecklas av sidan.

"Bloggen är en form av
idéspredning. Bloggen som
idéspredare. Kan t.ex. jämföras med
barocken som idéspredare."

"Utveckling av begreppet trädgård.
Idag finns tendenser att man ser
trädgården som inredning, man vill
inreda trädgården."

Är det bra eller dåligt?

"Tänk aldrig bra eller dåligt,
hitta och studera tendenser. Varje
nytt sätt att tänka breddar."

Det var ett väldigt bra samtal, jag
hade en väldigt bra känsla efteråt.

I ungefär fem minuter, då började
min förvirring tillta och nu vet jag
varken ut eller in.

INLEDNING

Trädgården är inte längre bara en plats för pensionärer utan en chic hobby som går att utöva även i ett storstadshem. (Couet, 2008)

BAKGRUND

Denna formulering uttrycktes i ett inspirationsmagasin för Hennes & Mauritz i ett avsnitt om vårens modetrender, ett citat som sätter fingret på något som jag upplevt som en tendens i den senare tidens medieutveckling. Trädgården framställs här som ny och modern, samtidigt som formuleringen illustrerar den allmänna uppfattningen eller förutfattade meningen om man så vill, om trädgården som en förlegad eller gammaldags företeelse. Detta är endast ett av många exempel på denna omdefiniering av trädgården som tycks äga rum, och som kan avläsas på var och varannan löpsedel, i tv-program och i tidningar.

Trädgården letar sig ut till en allt större publik, den tidigare skaran av odlingsintresserade trädgårdsamatörer på jakt efter udda växter och ovanliga fröer, har nu fått sällskap av en inrednings- och designmedveten målgrupp som nyupptäckt trädgården som en förlängning av designhemmet. Trädgården ses som en inredningspotential och har blivit ett nytt rum som lockar allt fler intresserade. Det är en kännbar trend i tiden - nu vill man inreda även ute (Lefvert, 2008).

På tidningarnas löpsedlar haglar trädgårdstipsen om vartannat och vi uppmuntras gräva upp och göra om - i enlighet med den nya trädgårdstrenden för dagen. Även tv har uppmärksammat trädgården, och de tidigare inspirationsprogrammen för inredning har nu fått sällskap av trädgårdsprogram som ska ge trädgårdstips till designhemmet. *Maria Arborgh* som har blivit en tv-profil för trädgårdsdesign som programledare för SVT:s *Söderläge*, uttrycker i en intervju med *Sydsvenskan* att intresset har ökat kraftigt och att många idag talar om trädgården som en förlängning av huset, och inte bara en gräsmatta med några fruktträd (Evander, 2007). Marknaden är inte sen att haka på, och det produceras varor i takt med en växande efterfrågan. Många företag anpassar sig också till de nya strömningarna och orienterar sig alltmer mot trädgård - "Vi ser ett ökande intresse för trädgårdsprodukter hos konsumenterna", säger *Maya Riber, Interflora*, i en intervju angående lanseringen av företagets nya koncept "Garden to Home" där man erbjuder färdiga paket av buskar och växter samt färdigplanterade balkonglådor (Stenvall, 2008). Trenden är också tydlig på odlingsmässor, som även dessa har fått ett kraftigt uppsving tack vare den nya målgrupp som intresserar sig för trädgård. På den *Stora Visningsdagen*, JM, med tema "Trädgård & Balkong" kom det inte mindre än 1500 besökare som ville inspireras och få tips på hur man kan förvandla sin trädgård eller balkong till ett grönskande rum (Eriksson, 2006).

Designtrenden är tydlig, trädgårdsdesign får allt större uppmärksamhet i media. Är det ett regimskifte i den svenska trädgårdskulturen i antågande? Det är en intressant utveckling, ett till synes växande intresse hos en mer designorienterad målgrupp öppnar nya dörrar för svensk trädgårdsdesign.

"TRÄDGÅRD" på Internet enligt Google (2009-05-10). Träff 1-10.

1. www.odla.nu/

Trädgård för dig. Odla nu är Sveriges största trädgårdssajt med trädgårdsforum och hundratals indexerade trädgårdslänkar.



3. www.alltomträdgård.se/

På Allt om trädgårds webbplats kan du träffa många trädgårdsentusiaster. Surfa in och skriv ett inlägg i vårt välbesökta forum!



5. www.aftonbladet.se/hemträdgård

Trädgårdsbutik. Aktuella händelser i trädgården, karta över Sveriges odlingszoner mm. Butikens katalog och prislista finns som PDF.



7. www.rosendalsträdgård.se

Rosendals Trädgård. ... program · kafé · bageri · festvåning · trädgården · plantbod · trädgårdsbutik · vänföreningen · kontakt · karta



9. www.gotbot.se/

Välkommen till Göteborgs botaniska trädgård, som med sina 175 hektar är en av Europas största i sitt slag. Den odlade delen upptar ungefär 25 hektar och rymmer cirka ...



2. www.trädgårdsportalen.se/

Trädgårdsportalen är din trädgårdsmässa på nätet. Här hittar du trädgårdsbranschens tillverkare av bl.a. gräsklippare, murar, staket, växthus, blommor, ...



4. lotta.trädgårdsblogg.se

Privat trädgårdsblogg.



6. www.weibulls.com/

Weibulls har allt du behöver för din trädgård. På vår webbplats kan du få många tips. Vi vill inspirera alla till att få sitt eget trädgårdsrum.



8. www.trädgård.org

Svensk Trädgård är en rikstäckande medlemsorganisation med cirka 30 000 medlemmar som är anslutna via en trädgårdsförening och 3 000 medlemmar



10. www.zetas.nu/

Trädgårdsbutik. Aktuella händelser i trädgården, karta över Sveriges odlingszoner mm. Butikens katalog och prislista finns som PDF.



Vidare ville jag undersöka fenomenet på Internet varpå jag gjorde en enkel *Google-sökning* på ordet "*trädgård*". Till vänster visas resultatet av sökningen (Google, 2009). Av träffresultaten kan man utläsa att merparten av internetsidorna domineras av traditionell trädgårdsodling. Av de tio redovisade resultaten fanns inte en enda sida som inriktade sig mot trädgårdsdesign, en dissonans i förhållande till det nya designfokus som kännetecknat rapporteringen i populärpressen. Den påstådda trädgårdsdesigninriktningen som jag förväntade mig finna är alltså inte existerande på Internet. Med andra ord är representationen av trädgård på Internet till synes inte representativ i förhållande till övriga massmedier. Trots att Internet normalt snabbt plockar upp och sprider nya trender verkar det i fallet trädgård ha halkat efter den övriga medieutvecklingen. En situation som senare har visat sig bestå då det fortfarande är mycket svårt att hitta exempel på svenska trädgårdssidor med en designinriktning.

Det förefaller alltså vara en avsaknad av trädgårdsdesign på Internet. Det var denna slutsats som lade grunden för mitt examensarbete, som jag ansåg öppnade för nya möjligheter. Kanske skulle det finnas en möjlighet att skapa ett nytt forum för trädgårdsdesign på Internet? Detta antagande väckte i sin tur frågan *vad det skulle betyda att verka som landskapsarkitekt på Internet*. Den senaste utvecklingen av Internet har genomströmts av bloggar, där nya användarvänliga bloggportaler gjort det möjligt att skapa en egen blogg inom loppet av ett par minuter. Bloggarna har dessutom under senare tid fått ökat inflytande som opinionsbildare i den offentliga debatten. Bloggen tycks vara ett demokratiskt instrument öppet för alla att använda. Kanske kan det finnas en möjlighet att göra ett bidrag genom en blogg? En blogg om trädgårdsdesign, eller kanske en designblogg om trädgård.

Det var ur detta perspektiv som jag inledde min studie kring ämnet med målet att skapa en blogg om trädgårdsdesign på Internet. Denna inledande fas för examensarbetet kretsade kring frågeställningen: *Hur bloggen kan användas i syftet att skapa en ny plattform för landskapsarkitektur/trädgårdsdesign på Internet?* Under denna fas präglades arbetet av ett självsäkert antagande om att *det går att vara kommersiell som landskapsarkitekt*, att man på en blogg kan framhäva design som det senaste, likt retoriken i populärpressen. Jag ville statuera ett exempel att landskapsarkitekter också kan vara en del av mediekarusellen och tjäna pengar på detta.

Men det var något som inte riktigt stämde, resonemanget tycktes inte vara så enkelt som jag från början föreställt mig. Det initiala antagandet om en "*trädgård i populärformat*" sattes på sin spets, och jag fick svårigheter med utförandet. Till exempel var det svårt att hitta en trovärdig ingång i skrivandet, formulera ett budskap som jag trodde på och definiera en målgrupp för ett författande vars ideologiska grundvalar jag ifrågasatte. Jag kom att ställa mig frågan om det överhuvudtaget är möjligt att som landskapsarkitekt ha en kommersiell och marknadsinriktad ståndpunkt utan att motsäga sig själv. Denna frågeställning ledde till en stor förvirring och det blev nödvändigt att definiera min egen ståndpunkt. Hur ska jag som landskapsarkitekt förhålla mig till den rådande mediebilden? Med ovanstående resonemang som utgångspunkt inleds arbetet med att formulera en forskningsuppgift.

FRAGMENT

Finns det underlag för en trädgårdssida som fokuserar på gestaltning och formgivning?

Specificering av sidan, smalna av

Designguide för trädgård?
Trädgårdsdesign för din trädgård.
Tidningsmagasin upprepning
Blogg upprepning

blogg och kommunikation, konsekvens?

Vilket är då det bästa sättet att kommunicera trädgårdsdesign på internet? Hur ska man då gå tillväga för att sprida detta? skapa en kontakt med...

Jag vill undersöka detta genom upprättande av en blogg.

KOMMENTAR

Detta redovisar tankar från den fas då jag fortfarande arbetade mot målet att skapa en färdig blogg. Ett arbete som pågick ganska långt in i processen, tills jag märkte att detta inte skulle vara rimligt att genomföra på grund av tidsbrist. Det var här mitt arbete avgränsades till att inte innefatta receptionsstudier utan istället använda bloggarna som *testbloggar*.

FORMULERING AV EN FORSKNINGSUPPGIFT

Man kan skönja ett fenomen; trädgården har blivit trendig och tar alltmer plats i populärpressen, trädgården har blivit populärkultur. Jag ifrågasätter populärkulturens ideologiska och marknadsekonomiska incitament, samtidigt som jag inser att det är en verklighet som vi som landskapsarkitekter måste förhålla oss till. Populärkulturens ökade inflytande i vårt samhälle kräver kanske ett nytt sätt att se på trädgård.

”Trädgårdsdesign” kanske måste utvecklas till ”pop-gardening” för att kunna kommunicera med den nya målgrupp som definieras av populärkulturen? Men samtidigt som vi skolas in en populärkulturell norm, frågar jag mig ändå om det kanske finns fler än ett sätt att visualisera trädgård i media? Jag ställer mig frågan *hur jag som landskapsarkitekt ska förhålla mig till populärkulturen*. Kanske kan man ta tillvara de förutsättningar som skapas av medieutvecklingen och med dessa som utgångspunkt skapa en nytolkning trädgården?

FRÅGESTÄLLNINGAR

Hur ska jag som landskapsarkitekt ska förhålla mig till populärkulturen?

Hur kan bloggen användas i syftet att skapa en ny plattform för landskapsarkitektur/trädgårdsdesign på Internet?

SYFTE OCH MÅL

Utifrån detta formuleras en forskningsuppgift, med syfte att undersöka *hur jag med bloggans hjälp kan ta ett steg mot en förnyelse av trädgård som ett kulturellt fenomen*. Detta undersöks genom en tvärvetenskaplig ansats där jag diskuterar landskapsarkitektur och trädgård i förhållande till uppsatsens två huvudbegrepp: *populärkultur* och *blogg*.

Målet är att skapa en av förhoppningsvis många framtida arenor för designdiskussioner om trädgård, öppet för allmänheten att diskutera och kommentera. Förhoppningsvis kan denna studie inspirera fler yrkesverksamma landskapsarkitekter och trädgårdsdesigners att delta i debatten och skapa fler diskussionsforum på Internet. Målet är också att bidra till en förnyelse av den massmediala bilden av trädgård.

Med studien vill jag också ge en ökad förståelse kring hur vi som landskapsarkitekter kan påverkas av samhällskulturella förändringar och hur vi kan ta tillvara på och agera i dessa föreliggande sammanhang. Jag vill inspirera till en fortsatt diskussion kring utvecklandet av en kreativ kommunikation mellan landskapsarkitektur och målgrupp, samt till att bryta normer och regler för hur vi marknadsför landskapsarkitekturen.

TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

I sökandet efter en passande vetenskapsmetod upptäckte jag att den traditionella processen för vetenskaplig forskning inte riktigt passade mitt arbete. I *figur 1* redovisas en modell över en pro-

FRAGMENT

Är det ett reformskifte för vår trädgård i antågande? Apropå de senaste förändringsströmmarna i media.

Kan dessa förändringar bero på vårt populariserade samhälle? Behovet att popularisera för att nå ut till den stora massan. Populariserig av trädgården?

Trädgård på internet.
Trendfenomenet existerar inte på internet, varför?



BETRÄKTELSE

Mål för veckan: Skriva klart program, ordna en handledare. Svårt att veta vart man skall börja. Vad är produkten i mitt examensarbete?

Har sökt referensmaterial på internet. På svenska adresser hittar jag i princip ingenting, i princip alla har ett fokus mot odling och växter.

Har försökt hitta bra utländska sidor med trädgårdsinriktning ur en designvinkel. Jag har hittat ett stort utbud av arkitektur- och designbloggar. Upptäckt att det enklaste sättet att bedriva sökning är att undersöka favoritlänkarna på respektive blogg där man kan surfa vidare och slussas vidare till sidor med samma ämnesområde.

Ska försöka upprätta en modell för dokumentationen av min internetsökning. Undrar om det finns bra exempel att inspireras av? Eftersom jag tycker det är en viktig del i mitt arbete ska jag lägga lite tyngd på detta.

Svårt att på en gång rikta arbetet åt rätt håll. Osäker på det som man gör nu kommer ha relevans i den slutliga rapporten.

Vad är lösningen på detta? Svårt att skapa en tydlig och rak väg i ett tidigt skede.

KOMMENTAR

Jag hade svårt med arbetets upplägg, ett famlande efter en lämplig sätt att arrangera informationen.

Jag funderade här på att göra en sorts kartläggning av olika bloggar på Internet, ett arbete som blev alltför svårdefinierat och omfattande varför det senare lades ned.

Jag kände en frustration över att inte kunna vara så effektiv som jag ville i detta skede, jag hade svårt att veta hur jag skulle för arbetet framåt i den takt som jag ville.

blembaserad process för *vetenskaplig forskning* enligt (Booth, Colomb, & Williams, 2004). Denna modell ger en tydlig, svart-vit bild av tillvaron, något som jag inte tyckte konvergerade med studiens syfte.

Inom designforskning arbetar man inte utifrån samma princip. Utgångspunkten är sällan ett specifikt problem utan snarare ett utforskande av ett fält. Detta var en betydligt mer intressant utgångspunkt som bättre sammanföll med mitt examensarbete. Till exempel saknar arbetet ett tydligt praktiskt problem, utan har istället uppmärksammat en existerande situation. Vidare finns ingen given lösning på denna situation, utan snarare flera olika handlingsalternativ. Mitt syfte med uppsatsen är inte att bidra med en lösning på denna situation utan snarare att bidra till en vidare förståelse för ämnet. *figur 1* redovisas också som komplement till modellen för *vetenskaplig forskning* en reviderad modell för *designforskning* enligt Maria Hellström. Denna modell ger en bild över hur jag ser på mitt examensarbete. En existerande situation, som skapar möjligheter, vilket leder till forskningsfrågor. Utforskande av dessa frågor kan sedan leda till ett bredare synfält där man kan skönja flera olika handlingsalternativ. Detta leder till en djupare förståelse för ämnet, och bidrar slutligen till nya perspektiv.

Figur 1: En jämförelse mellan vetenskaplig forskning (Booth et al, 2004) kontra designforskning, reviderad av Maria Hällström.

| Vetenskaplig forskning | Designforskning |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <i>praktiskt problem ></i> | <i>existerande situation ></i> |
| <i>motiverar ></i> | <i>skapar ></i> |
| <i>forskningsfråga ></i> | <i>möjligheter ></i> |
| <i>definierar ></i> | <i>utvecklar ></i> |
| <i>forskningsproblem ></i> | <i>forskningsfrågor ></i> |
| <i>leder till ></i> | <i>definierar ></i> |
| <i>forsknings svar ></i> | <i>handlingsalternativ ></i> |
| <i>som bidrar till en lösning</i> | <i>leder till ></i> |
| <i>på ></i> | <i>förståelse ></i> |
| <i>praktiskt problem</i> | <i>som bidrar till ></i> |
| | <i>nya perspektiv</i> |

Vidare har jag beslutat att använda mig av ett något friare tillvägagångssätt för skrivandet där textens framväxande som reflekterande handling framhålls och där traditionella uppsatsformalia i någon mån ifrågasätts. Det är en arbetsgång som väl sammanfaller med mina intentioner och ambitioner med rapporten.

Bo Eneroth formulerar i skriften: *Att skriva sig till kunskap – om essän som vetenskapsmetod*, att vi i traditionell vetenskaplig forskning försöker konstruera ihop lösa delar till en struktur, ett system eller ett mönster. Eneroth menar dock att vår tillvaro är mer komplex än så, och att det inte är möjligt att isolera vissa delar för att sedan foga ihop dem igen till en helhet. Han drar en parallell till människan som ett exempel på en sådan odelbar helhet. En verklig levande människa är som helhet, mer än sitt nervsystem, sitt beteende, sin DNA-struktur. På samma sätt menar han att vi måste förhålla oss till skrivandet. Den moderna vetenskapsmannen tror inte att det går att lära känna den odelbara helheten hos det man vill undersöka. Vi tar för givet att man kan dela upp skrivandet i olika delar eller moment. Att vara vetenskaplig innebär därför att avgränsa och isolera vissa entydiga beståndsdelar och att sedan konstruera ihop dem till en

E-POST

Brev till Maria
Hällström den 26
februari.

Jag har börjat med arbetet, programskrivandet, tidplan och frågeställningar. Jag har även sökt litteratur som skulle kunna vara användbar.

Nu känner jag dock att jag vill diskutera detta med handledare särskilt programmet samt upplägg för arbetet. Jag är fortfarande inte riktigt klar över exakt vad som själva produkten skall vara:

är det själva
bloggen eller är det
den bakomliggande
diskussionen?

Detta vill jag diskutera i ett eventuellt möte. Just nu känner jag att jag har fastnat och är i behov av att diskutera mina idéer så jag kommer vidare. Jag har en massa tankar men ingen riktig struktur på hur jag ska fortsätta arbetet och jag skulle gärna träffas för att reda ut dessa frågeställningar.

Citat som jag läste i vårnumret i H&M Magazine:

"Trädgård är inte längre bara en plats för pensionärer utan en chic hobby som går att utöva även i ett storstadshem." Henriette Couet, H&M Magazine

Det som jag tycker är mest intressant är att ett modemagasin för kläder helt plötsligt gör en artikel om trädgård som den nya trenden, ett grepp som jag aldrig tidigare sett.

"Landskapsarkitektkåren har tappat den lilla skalan, tar ej sådana jobb eftersom det inte genererar pengar..." Detta har i sin tur gett upphov till nya utbildningar t.ex. Trädgårdsingenjörsprogrammet, eftersom det finns en efterfrågan att fylla." Anteckning från samtal med Ann Bergsjö, 2008.

Hur kan man förmedla
trädgårdsdesign via en
blogg?

Tack för din tid.

Vänliga hälsningar
Katarina Svensson

E-POST

Från Maria Hellström, 29
februari 2008.

Hej Katarina,
det är självklart upp till dig att besluta dig för vilken inriktning du vill ge din examen, och det är som du är inne på en stor fördel att välja ett spår som man brinner för.

Ditt förslag kan också
utvecklas till ett
intressant bidrag till
landskapsarkitekturen och
dess kunskapsutveckling.

Frågeställningarna ger utrymme för kritisk reflektion, vilket är centralt i ett ex-jobb, och där är den här frågan om vilka ideal som förmedlas oerhört central.

Också en kartläggning av de olika typer av trädgårdsbloggar som redan finns (för det finns massor...) är av stort intresse, här finns både det mer konsumtionsinriktade och alternativen (green gardening, eco gardening etc, konstnärligt/konceptuellt inriktade etc) till den kommersialism som omgärdar trädgårdsindustrin.

Fundera över var du vill att
den kritiska tyngdpunkten ska
ligga, för det styr i hög grad
vilken litteratur du behöver
för genomförandet.

Jag ser projektet i dess nuvarande
skissering som ett projekt på
gränsen mellan medievetenskap
och landskapsarkitektur,

vilket är högaktuellt och mycket
intressant som ett kompletterande och
framförallt kritiskt perspektiv på vad man
allmänt menar med trädgårdsdesign.

Du nämner NOD som förebild, och deras starkaste sida är just representationskritiken, sökandet efter nya uttrycksformer som medvetandegör också det bortglömda, det marginaliserade, det udda eller det alternativa, det som den gängse bilden inte omfattar eller aktualiserar - ekonomiska intressekonflikter, styrande estetiska normer, exploatering, exkludering etc (kanske en blogg för "den fula" trädgården?).

Vi kan försöka ses, är på väg att flytta mitt kontor till Alnarp men håller ännu till på Malmö Högskola/K3. Nästa vecka funkade jag på K3, onsdagen efter kl 14.30 Alnarp, to efter 15 K3 och fre efter 15 K3.

/Maria

teoretisk helhet. Att vara vetenskaplig handlar absolut inte om att skriva sig till kunskap. Hur utvecklar man en kunskap om den verkliga helheten hos något man vill lära känna? Inte en kunskap om olika beståndsdelar eller deras ”struktur” utan om allt på en gång. Och hur får man själva helheten att framträda ur detta sanna gytter? Eneroth menar att vi inte kan tänka ut eller konstruera det man ska skriva innan vi skriver det. Man måste skriva sig till en kunskap, att få en kunskap om det man har valt att utforska. Man skriver först ned det, sedan blir man medveten om det man har skrivit. Ett forskande med skrivandet som hjälp. Men, för att olikartade, mångfaldiga och ofta motstridiga talande exempel verkligen ska få komma till tals måste man också medvetet söka efter dess motsägande exempel – de negativa fallen. Vi måste avsiktligt förvirra oss och utsätta oss för kaos av information. (Eneroth)

Att skriva sig till kunskap: Utifrån Eneroth har jag tillsammans med mina frågeställningar utformat *De talande exemplens berättelse*. Denna del utgör själva basen i arbetet och har sedan legat till grund för studiens efterföljande slutdiskussion. Kapitlen avser att lägga fram exempel av det sökta i alla tänkbara riktningar, att täcka av alla olika perspektiv, för att på så sätt visa helheten, i dess motsägelsefulla och röriga helhet.

Att utforska ett ämne genom handling: En stor och viktig del av arbetet har varit ett antal bloggar som jag kallar för *testbloggar* vilka har fungerat som en plattform för ett ”planlöst” sökande efter ny kunskap. De har varit en lika viktig källa till kunskap som litteraturen och de har varit ett redskap att ta till när vägen framåt har tyckts vara stängd. Att utforska ett ämne genom praktisk handling innefattar också ett kontinuerligt undersökande av det egna förhållningssättet. Under arbetets gång har jag fört anteckningar över processen där jag diskuterat mina nya kunskaper från testbloggarna. Där för jag också en metadiskussion om examensarbetet som helhet.

Den odelbara helheten: Sökandet, samlandet, läsandet, skrivandet och reflekterandet får agera som ett kontinuerligt växelspel där den stegvis uppnådda erfarenheten får visa vägen. De olika delarna har visat olika perspektiv, versioner och ledtrådar i sökandet efter en helhet. Frågeställningarna har utformats på samma sätt, de har tillkommit, tagits bort och ändrats, allt eftersom arbetet har tagit form. Arbetsprocessen har således inte varit helt linjär utan präglats av parallellt arbete med olika delar. Arbetets slutliga produktion med färdigställande av layout har varit mycket avgörande för det slutliga resultatet, och har också hjälpt mig som författare att förstå helheten. Likt bokstävernas gemenskap som berättar sin historia utgör också dispositionen; med sina stycken, mellanrum och sidor en berättande helhet. Tillsammans förmedlar dessa delar en odelbar erfarenhet.

AVGRÄNSNINGAR

Arbetet fokuserar på trädgård ur ett massmedialt perspektiv, närmare bestämt genom en studie av hur en blogg speglar landskapsarkitekturens kommunikationsstrukturella förändringar. Arbetet omfattar dock inte utvecklingen av en helt fungerande blogg utan snarare bloggen som en *testblogg*. Av denna anledning har arbetet begränsats till de frågor som uppstått i utformandet av en blogg och omfattar inte receptionsstudier, alltså hur bloggen kan komma att uppfattas och användas i färdigt skick.

ANTECKNINGAR

Från möte med Maria
Hällström 4 mars.

Arbeta mot en
presentation.

Olika användare, olika
målgrupper, olika
utformning. Kan dessa
kombineras? Vad kan man
lära sig av att studera
de olika testpersonernas
åsikter?

Jobba med en testgrupp,
testa olika metoder.
Bloggen som experimentiell
form. T ex 4 olika
testbloggar.

Titel på bloggen,
kan lekfull, fräck,
experimentiell,
skapande.

Kommunicera
Kan jag åstadkomma
en dialog?
Debattfunktion
Bloggen liknar mer talet
i sin kommunikationsform
än t ex en bok. Lättare
att förstå, samtalet är
lättare att förstå.

Att studera: Bildens
och textens olika
kommunikativa karaktär.

Bloggen kan passa
bra till trädgård

= enklare språk, enklare
material, passar bättre
till en trädgård, mer
föränderlig.

Bloggvetenskap?
Källkritik i bloggvärlden.
Hur trovärdig kan en
blogg vara? Vad är
det som gör en blogg
trovärdig? Sökmeter för
att kartlägga befintliga
bloggar.

Litteratur om
bloggkultur.

Landskapsarkitekturens
roll - att kommunicera
idéer. Detta kan göras
genom plan, fotografier,
text osv.

Planer - legitimerar
Massmedier - populariserar
(de två bör konvergera)

Rem Kolhaas + Bruce Mau
(grafisk designer) =
(S,M,L,XL)
Content - Upplagd som ett
collage. Arkitektrollen
(förr konstnär, regissör)
idag som redigerare eller
redaktör.
Guide to shopping
- arkitektens roll i
marknadsekonomi. Medlare
(kommunicerare) mellan vara
och konsument.

Internet skiljer sig
som massmedium. Nätet
innehåller även det
perifera. Finns ej
geografiska hinder. Bildas
olika communities.

Kommersialism:

I tidningar.

Steriotypisering.

Heteronormativitet.

Volvo, villa,
hund - trädgård
som en

förlängning av

detta. Lämna ute
sociala grupper? Är det
verkligen så? Är inte också
perifera grupper köpstarka?

Det kommersiella - det
vanliga, i mitten
Det utvecklade, ligger i
fronten, trendsättare i det
perifera.

Konsumtion

idag viktig

för trädgård -

tidigare motpol.

Man ville frigöra sig
mot konsumtionen, blev
friare. T ex kolonilotter.
Möjlighet att odla egen
mat.

Ekonomins grundtanke = BNP
ska växa - ökad konsumtion
= ökade utsläpp. Önekligen
svårt att argumentera för
detta...

Roland Barthes - Reklam,
mytologiserar verkligheten.
Berättelser om produkter.
Basen till kommersialismen
och den borgerliga
livsstilens mytologier. Den
samhällsklass som lever
kvar i köpsamhället.

Föränderlighet,
trendkänslighet.

KOMMENTAR

Här talar jag om
testbloggar, en idé
som jag tyckte mycket
om men som jag var
tvungen att avgränsa.
Detta beskrivs
vidare i kapitel IV
Slutdiskussion: Vidare
forskning.

Det var efter detta
möte som arbetet
började urstilisera
sig och många av de
frågeställningar som
väcktes här har sedan
följt med genom hela
arbetet.

TÄNKBARA LÄSARE OCH DISPOSITION

Uppsatsens främsta målgrupp är studenter och forskare på universitetsnivå, samt yrkesverksamma landskapsarkitekter. Med tanke på arbetets tvärvetenskapliga karaktär kan det också tänkas att andra discipliner kan inspireras av konceptet.

Arbetet disponeras i ett inledande kapitel, två huvudkapitel -*populärkultur* och *blogg*, som efterföljs av ett avslutande diskussionskapitel. I detta inledande kapitel har en bakgrundsbeskrivning av en föreliggande situation introducerats, vilken sedan har legat som grund för studiens fortsatta framväxande. Vidare har en *formulering av forskningsuppgiften* presenterats, något som bidrar till en förståelse för uppsatsens angreppssätt. Uppsatsens *frågeställningar* samt *syfte* och *mål* formuleras, liksom viktiga *avgränsningar*, *tänkbara läsare* och *disposition*. I detta kapitel redogörs också uppsatsens *tillvägagångssätt* - en litteraturstudie som kombineras med ett utforskande genom handling. Här framläggs också vikten av skrivandet och skissandet, handlingen, som en vägledande och kunskapsgenererande process.

De följande två kapitlen utgör uppsatsens huvudsakliga litteratursammanställning, där tankegångarna kring litteraturen illustreras med relevanta exempel, som också benämns som *de talande exemplens historia*. Denna benämning återanknyter till exemplens roll i sammanhanget, men också till uppsatsens metod och framväxt. I kapitlet *populärkultur* ges en teoretisk grund för en vidare förståelse av populärkulturens relation till trädgården, landskapsarkitekturen, och landskapsarkitekturket. Det handlar om att komma underfund med vad populärkultur är, och enligt vilken logik den kommunikationstekniska utvecklingen har framskridit. Det handlar också om att ge en förståelse för trädgårdens och landskapsarkitekturens roll i den nya mediesituation som populärkulturen har bidragit till. Kapitlet *bloggen* redogör för dess grundläggande egenskaper och tillämpbarhet inom trädgård och landskapsarkitekturen, men också bloggans förhållande till populärkulturen diskuteras.

I det avslutande kapitlet ges en inledande kort tillbakablick på uppsatsen. Vidare presenteras en reflektion kring huvudlinjerna i arbetet, med utgångspunkt från vilka sedan en diskussion i ett helhetsperspektiv följer. Utgångspunkten för denna diskussion är inte att bidra till en given lösning, ett enhetligt svar på ett praktiskt problem, utan snarare visa på handlingsalternativ som kan bidra till en förståelse och nya perspektiv. Mitt mål är att förmedla en tillgänglig bild av ett mycket komplext forskningsområde – men samtidigt lyfta fram ämnets paradoxer och konvergenser.

ANTECKNINGAR

Brainstorm: blogg nr 1

PROFIL

En modern blogg om
landskapsarkitektur och
trädgårdsdesign, ska kännas ny och
fräsch. För den nyintresserade.

Design till folket. Ska
kännas tillgänglig och bra men
modern och snygg.

Profilering av bloggen. Hur
bör man rikta sig? Vilken
är den bästa ingången? Kan det
vara så att man ska snegla på
andra områden t ex inredning
och följa dess fotspår? Eller
ska man bara vara ett
inspirationsmagasin?

MÅLGRUPP

Den stora massan,
landskapsarkitekter,
trädgårdsbranschen

MÅL

Lyfta fram landskapsarkitekturen
och göra den tillgänglig.
Nå ut till en bredare publik.
Förstärka trädgårdstrenden.

- Interaktiva användare
- Inspirationskälla
- Energigivande

XJOBB

- Föra en diskussion på en metanivå
- Hur förmedla landskapsarkitektur via en blogg?
- Litteratur?

BLOGGFUNKTION

- Bevaka nya trender
- Besöka mässor
- Uppdaterad via tidskrifter
- Diskutera landskapsdesign
- Diskutera trädgård
- Intervjuer
- Ny litteratur
- Dokumentation från resor
- Händelser
- Möjlighet att göra reklam för olika evenemang
- Studenter som vill skriva
- Forum. Möjlighet för besökare att ställa frågor
- Möjlighet för besökare att önska artiklar

DEL I POPULÄRKULTUREN

De talande exemplens berättelse.

Följande görs en grundläggande presentation av den populärkulturella kontext som diskussionen i detta arbete utgår ifrån. *Hur ska vi som landskapsarkitekter verka i ett sammanhang som definieras av populärkulturen?*

Populär, allmänt omtyckt; folklig, lättillgänglig, ofta i motsats till fackmässig eller avancerat konstnärlig (Populär, Nationalencyklopedin, 2009).

Vid en sökning i ett etymologiskt lexikon, beskrivs ordet **populär** som folkkär, folklig, härstammar från **pópulus**; en beskrivning på folket i det gamla Rom, **populás** - det »simpla» folket. **Popularisera** är enligt denna skrift synonymt med att göra något allmänfattligt (Populär, Främmande ord i svenska språket. Folkets uppslagsbok, 2007, s. 124).

Populärkultur är ett vagt begrepp som används i flera betydelser, och det finns olika tolkningar av begreppet i litteraturen. Utifrån Gitlin (1981) definieras populärkultur enligt följande fyra typiska drag:

- Den produceras av centraliserade, ofta transnationella företag och konsumeras privat.
- När oftast fram till många människor genom olika kanaler.
- Produceras i stor omfattning i en rationaliserad form för att nå maximal utdelning.
- Dess innehåll är profant och världsligt.

Populärkultur är enligt Andersson (2008) ett samlingsbegrepp som täcker flera kulturella fält, t.ex. populärlitteratur, populärmusik och populärpress. Populärkultur används i flera betydelser, det kan syfta på utbudets distribution och räckvidd, som i begreppet masslitteratur. Det kan också syfta på digitala medier, men den kanske vanligaste definitionen är den som ges i ett kultursociologiskt sammanhang, där populärkultur förstås som motsatsen till olika former av s.k. högre kultur, skriftkultur, salongskultur eller finkultur. Denna användning kan också vara mer nedsättande och då vara liktydig med begrepp som trivialkultur och skräpkultur. Dock innefattas sällan kulturformer som är folkliga i en mer ursprunglig mening, såsom folklöre och folkvisor i begreppets definition.

Det populärkulturella begreppet är alltså ett något flytande begrepp, där dess tolkning varierar beroende på vilken ideologisk ståndpunkt man utgår ifrån. Det diskuteras ofta tillsammans med begreppen *folkkultur* och *masskultur*, och i viss mån även tillsammans med begreppet *högkultur*. Det populärkulturella begreppets relation till dessa är inte helt enkel och jag ska försöka redogöra för dessa, samt den definition som jag väljer att utgå ifrån.

Traditionellt hävdar man att folkkulturen härstammar från det pre-industriella samhället som karaktäriserades av en



balkongodla!

Published by Katarina under Balkong Edit This

Apr
23
2008



Klimatsmart, ekologiskt, lokalproducerat, fairtrade... ett mantra som vi upprepar varje dag vi hetsar runt bland matvaruhyllorna med förstörningsglasat i högsta hugg. Allt i hopp om att hitta en middag som inte är besprutad, hormonbehandlad eller till fraktad till Kina, Mexico och en tur till Bangladesh för säkerhets skull innan den checkat in på snabbköpet. Nej, passa på och ta vårens krafter till hjälp och skapa en grönsaksodas på din egen balkong! Det finns många växter som passar utmärkt för dessa trånga utrymmen.

Det som skiljer odling på balkongen från odling på friland är framförallt att man måste vattna och gödsla mer, eftersom växterna sätts i kruka. Det kan även vara svårare att få växterna att övervintra på balkongen om man inte har en inglasad sådan. Strunta i allt som mognar sent och välj istället växter som man kan skörda under hela sommaren så får du mest ut av din odling. Det finns mycket att välja på i odlingsväg, särskilt örter där utbudet är mycket stort.

Vad sägs om koriander, persilja, gräslök, basilika, rosmarin, oregano, paprika, kiwi, sallad, tomater hallon...

Så ut och botanisera bland plantor och fröer och skapa din egna produktiva ekobalkong. Klimatsmart, ekologiskt, lokalproducerat och fairtrade!

[Balkong](#) [Comments\(0\)](#)

äng på 123

Posted by Katarina on Apr 24th, 2008

2008
APR 24



Ängen känns som ett självklart inslag i naturtomten men kan också vara en snygg kontrast i den avskalade moderna trädgården. Det räcker med några få kvadratmeter för att du ska kunna anlägga en äng och den blir ett levande inslag som ändrar karaktär under hela säsongen. En blomsteräng blir bara vackrare med åren och tar gärna tid på sig att utveckla sin fullständiga prakt, en motreaktion till dagens slit- och slängsamhälle. Ängen är dessutom ett mycket billigt och skötselnålt alternativ till perennrabatten och den kortklippta gräsmattan.

1. Bort med gräsmattan

En vanlig gräsmatta har nästan alltid för höga halter av kväve, fosfor och andra näringsämnen. Därför ska du ta bort grässvålen genom att hyvla av 10-20 cm av det översta lagret. Fyll sedan på med mager, sandblandad jord. Det kan ta två-tre år innan marken är riktigt bra som ängsmark. När man

KATEGORIER

[Balkong \(3\)](#)

SENASTE INLÄGG

[balkongodla!](#)
[växer på balkongen](#)
[produktivt på balkongen](#)

KOMMENTARER

ARKIV

[april 2008 \(3\)](#)

META

[Webbplatsadministration](#)
[Log out](#)

KATEGORIER

[Balkong \(3\)](#)

MONTHLY

[april 2008 \(3\)](#)

SIDOR

[Om](#)

META

[Webbplatsadministration](#)
[Log out](#)
[Valid XHTML](#)
[XFN](#)
[WordPress](#)

KOMMENTAR

Detta var ett första utkast till en blogg. Jag hade länge funderat på ett namn och haft många svårigheter med detta. Den här kom jag att kalla kontext: trädgård.

Svårigheten med denna tyckte jag var att den gav ett väldigt stramt intryck.

Jag hade också stora problem med inriktningen på texterna, vilket fokus jag skulle välja.

nära relation mellan producenter och konsumenter, och att kulturen inte var särskild mellan olika sociala klasser (Sparks, 1992, s. 28f). Folkkulturen kan ses som en del av en muntlig kultur som sprider erfarenheter vidare. Folkkulturen uppmanar till traditionsbevarande, ett ackumulerande av kunskap där fokus ligger i själva utövandet, sekundärt produkten, med ett mycket litet fokus på det kommersiella.

Utvecklandet av det industriella samhället med den urbanisering som det gav upphov till, ödelade det liv som folkkulturen byggde på vilket starkt begränsade dess framtida fortlevnad. En utveckling som ledde till att människor flyttade till växande städer varpå nya marknader skapades för arbete, byteshandel och mediekommunikation. Samtidigt skedde en fysisk koncentration av människor till arbetsplatser med i huvudsak maskinproduktion. Den homogena arbetarklassen blev mål för en likriktad kultur, vars tillväxt och utveckling hängde samman med den urbana publikens nya fritidsutrymmen och en ekonomi där den enskilde kulturkonsumenten hade mer pengar att göra av med än tidigare. Detta lade grunden för den likriktade masskultur som den nya samhällskulturella strukturen möjliggjorde. Massmänniskan var historiskt endast en ny benämning på *pöbeln*¹. De karaktäristiska tecknen för pöbeln förknippades också med massmänniskan: lät-trogenhet, nyckfullhet, flockmentalitet samt dålig smak (Falkheimer, 2001).

Begreppet *masskultur* beskrivs av Falkheimer (2001) där han menar att massan enligt den gamla definitionen utgörs av publiken. Det grundläggande argumentet mot masskommunikation som begrepp, är att det inte finns någon massa och att kommunikation inte utgörs av en enkelriktad process från sändare till mottagare. Masskommunikation är alltså inte någon egentlig kommunikation i den meningen att det ska finnas ett aktivt utbyte, en interaktion. Den syftar snarare till en hög passivitet hos mottagarna. Traditionellt brukar masskommunikation karaktäriseras utifrån vissa egenskaper, som indirekt, samtidig, offentlig och enkelriktad. Budskapen i processen formuleras också av professionella kommunikatörer, den går via ett medium och är relativt snabb. Individerna i publiken konstruerar sedan olika tolkningar av budskapet, som på någon nivå hänger samman med sändarens intentioner.

En stor kritik har riktats mot masskulturen, som många menar är ytlig och fördummande. En av dess främsta kritiker är Adorno & Horkheimer som var företrädare för *Frankfurtskolan* under 1920- och 30-talet. Ett av deras mest kända verk är *Upplysningens dialektik*, där de myntar begreppet *kulturindustrin*, vilket blir mer eller mindre liktydigt med populärkulturens utslätande och borgerligt indoktrinerande funktioner. De anser att masskulturen är producerad och marknadsförd av en industri som vill tjäna pengar, vilket gör att kulturproduktionen på detta plan inte skiljer sig från annan varuproduktion och kan liknas vid en industriverksamhet. Den massproducerade kritiserar också från ett kulturkonserverativt håll då den anses hota t.ex. konstnärlig originalitet. Detta benämner Adorno & Horkheimer som *standardi-*

¹ Pöbel, förklaras i Svensk etymologisk ordbok som likbetydande med kanalje, byke pack. Stundom neutral och ej nedsättande betydelse. Härstammar från franskans *peuple*, av latinets *populus*, som betyder folk. (Hellquist, 2007). ”Till med på Bartholomæi marknad såg jag comedianter i ett uselt stånd för dräggen af pöbeln uppföra pantomimer af samma character” (Blanck, 2007).

ANTECKNINGAR

Brainstorm: blogg nr 2

Jag har funderingar kring bloggens utformning. Kanske är det bättre att göra en "snabb" blogg med korta inlägg, roligare att läsa?

Mål

Jag vill att besökaren ska uppleva en sida full av liv och energi,

ständigt uppdaterad, liknande

en dagstidning, snarare än en novell. För att själv förstå vilken känsla jag ville skapa på bloggen gjorde jag ett fotomontage som ska agera som överläggare på sidan. Veckotidning, talar till den breda publiken. Jag vill skapa en sida med känslan av ett tidningsuppslag där man hela tiden upptäcker nya saker.

Livfull. Energi. Uppdaterad.
Tidningsuppslag.

Kolumner

Dispositionen av olika layouter påverkar starkt intrycket på sidan. Till exempel en siddisposition med en kolumn skapar en betydligt lugnare layout än en siddisposition med tre kolumner. Sidan ska också karaktäriseras av mkt bilder och lite text så att man snabbare kan tillgodogöra sig innehållet och avgöra om man vill läsa vidare. Man får alltså klicka på en artikel om man vill fortsätta läsa den.

Färger

Jag har laborerat med färger och kommit fram till att en sida med starka kontraster t.ex. mörkt grå tillsammans med vit skapar en exklusiv, behärskad och ordnad sida. Det skapar också en lugnare framtoning på sidan.

En i överlag ljusare sida med mindre kontraster efterlikar inte en lugn och harmoniska sida, utan mer en dagstidningslayout.

Profil

Idag, för strikt.
Dokumentation
Bakgrundsfrågor.
Resonera kring layouten.
Det man ser idag är inte wow.
Vill skriva om wow.

NAMN

Titel, lekfull, fräck,
experimentiell, skapande

Vad säger titeln på en

blogg? Hur viktig är den?

Titeln på bloggen är det första man möter som besökare, liksom bok- eller filmtitlar och bör ge en vink om sidans innehåll.

Ett kort namn som är lätt att komma ihåg och skriva är att föredra.
(Hewitt, 2005)

Koncept & layout

Koncept

Koncept & layout

Koncept

sering, och innebär möjligheten att byta ut vilken del som helt i ett musikaliskt verk utan att helheten förändras, ett typiskt tecken för kulturindustrin överlag. Möjligheten att byta ut delar är lika giltig för biltillverkning som för popmusik. Det är omslaget, förpackningen, som inger en föreställning om att varan är unik, vilket gör att konsumenterna fortsätter att konsumera, i detta fall popmusik. För trots de skiftande skalerna, är innehållet identiskt, något som lyser igenom så småningom, varpå konsumenten tröttnar och köper nya produkter. En process som upprepas gång på gång (Falkheimer, 2001).

Sparks (1992, s. 30) skriver att den populära artisten och dennes konst skiljs från producenten av masskultur genom en respekt för publiken och möjligheten att reproducera vardagens olika aspekter i en kulturell form. Den populära artisten är inte en anonym röst från allmänheten, som ofta var fallet inom den traditionella folkkulturen, utan är professionell och individuell med en unik stil. Det är den individuella artistens insats som skiljer populärkulturen från masskulturen, som annars skulle anses som massproduktion. Eftersom det är samma typ av mänskligt utförande som vid produktion av högkultur, kan den populära konsten både överlappa högkulturen liksom vara en del av dess grund, folkkulturen.

Under de senare decennierna har populärkulturen omvärderats i många läger, *cultural studies* är ett exempel på detta som är en forskningstradition där man fokuserar på publiken, eller konsumtionen. Det finns en starkare tilltro till mediepublikens förmåga att omtolka medieindustrins budskap, och använda dem som meningsfulla komponenter i vardagslivet. Till skillnad från Frankfurtskolan betonar *kompromiss* i högre grad än manipulation. Ett centralt syfte med *cultural studies* är att förstå hur olika grupper i samhället konkurrerar om makt och inflytande, samt att belysa den roll som kulturen spelar som en bärare av ideologiska positioner. Grundtanken är att samhällets ideologiska strukturer inte utgör en enkel återspeglings av det ekonomiska systemet eller produktionssättet, utan att det pågår en ständig kamp om legitimitet där det är människornas livsstil, med dess kulturella aktiviteter, som bidrar till att uttrycka deras sociala tillhörighet (Jansson, 2002).

I denna studie kommer jag att definiera populärkultur med utgångspunkt från Sparks, det vill säga populärkultur som en individuell handling. Vidare definierar jag populärkulturen med inspiration från *cultural studies*, som en produkt med en bred och öppen kontext definierad av mottagarnas villkor, inte av kulturindustrin. För att en produkt, ska tilltala en bred heterogen publik kräver detta en till ytan öppen och enkel kontext. Detta synsätt lägger fokus på den meningsskapande processen mellan text och tolkare.

Jag är medveten om att populärkultur också i vissa sammanhang beskrivs som den moderna massans osjälvständiga val och ett sätt för makterna att kontrollera folket. I detta scenario produceras och masskommuniceras populärkulturen av kulturindustrin, för massan, med ett kommersiellt syfte. På grund av detta finns det marknadsekonomiska starka skäl att skapa säsongsfuktuationer med ständigt nya trender och modeller. Därmed skapas nya mönster hos konsumenterna, och i förlängningen vanor svåra att bryta. Vi blir beroende av moderniteten och förändringen. Jag håller med om att denna tendens går att spåra, och är en del av dagens mediasamhälle. Dock vill jag ändå betona avsikten med denna kulturform och därför benämna den som *masskultur*.

ANTECKNINGAR

Namnfunderingar

Ord som jag vill förknippa med sidan:

LIVSSTIL
Inspirera

Pionjär/ föregångare

avantgarden

futuregarden - Klingar förmodligen mer futuristiskt än sidans intentioner.

NYTT
Samlande bank, Designbibliotek för trädgård

UPPDATERAD
Gronatapeten - Med association "på tapeten" ~ nytt, nyheter
Spanagront
gronradar
Gronspaning

gardenspotting

DESIGN

koncept:trädgård

kontext:trädgård
Exteriör
Grondesign.se
grönform
utedesign
nyform
forma
Formspråka
formsprak.se
uteform
uteforma

GREEN
gogreen

greenoholic

greener
bgreen
progreen
grontarskont
greenroom
Gronblogg.se
gröntfokus
Bloggagront.se
Goes green
Gronare
greenscene.se

garden - Ordet har inte enligt min uppfattning samma för sammanhanget negativa värdeladdning och betydelse som svenskans trädgård.
gogarden
gotradgard

thegarden - Trädgården som en blogg
mygarden

imby - In My Back Yard, motsats till "NIMBY"
utflykt
Escape
outsider
utsidan

ANTECKNINGAR

Tankar kring namnbetydelser.

Att välja adress:

Sökmetoder. Var får man in besökare? Profilerings. Betydelse av namn.

Kontext:trädgård

Namnvalet grundar sig i den befintliga adressen koncept:trädgård. En sida där jag ritar konceptförslag till trädgårdar. Idén var att göra en systersida till denna som beskriver trädgården i sin kontext. Problemet med detta var att namnet skapade en litterär association som går isär med visionen för sidan.

Koncept:trädgård

Tanken var att kombinera bloggen med en befintlig sida för säljande av tjänster inom trädgårdsdesign.

Greenoholic

Syftar till att uttrycka ett intensivt intresse, något beroendeframkallande. Ändelsen -oholic används ibland inom mode t ex fashionoholic eller shopoholic, kanske på ett missvisande positivt sätt. Ett uttryck som ska vara populärt men som uppmuntrar till ett överdrivet konsumtionsbeteende. Ändelsen används också för att beskriva ett beroende t ex alcoholic, något som resulterar i att ändelsen klingar negativt, därför har valdes namnet bort. Namnet specificerar inte heller vad sidan handlar om vilket kan vara negativt.

Grön design

Kring detta namnet resonerade jag så att jag ville ha
Ett namn som berättar i sig vad sidan handlar om. Grön skulle dock kunna misstolkas att handla om miljövänlig design, också färgen grön. Titeln var också för mig lite platt och aningen förutsägbart varför den inte kändes som det självklara valet.

Gardenspotting

Jag har kommit fram till att jag vill göra sidan tvåspråkig, med främsta anledningen att jag vill öka möjligheterna för ett större besökarantal. Garden är ett bra ord, dels för att det inte har samma värdeladdning mot odling som svenskans "trädgård", dels har den inga prickar samt fungerar för en engelsk publik. Man ser också direkt vad sidan handlar om vilket jag tror kan vara en fördel. Min definition av ändelsen - spotting har betydelsen av sökande, leta reda på något, hålla sig uppdaterad. Spotting förekommer på flera platser men har oftast samma betydelse t ex trendspotting, carspotting, fashionspotting osv.

Concept:garden

Fristående variant på den svenska Koncept:trädgård. Frågan är om man riktigt förstår vad sidan handlar om. Vad betyder koncept?

TRÄDGÅRDEN SOM POPULÄRKULTUR

Trädgården kan ses som en spegel av sin samtid, den blir en sorts indikator var vi befinner oss i samhällsdebatten som kan hjälpa oss förstå våra samtida förändringsprocesser. Under medeltiden var trädgården ofta omgärdad av höga murar och avskild från omvärlden, innanför murarna odlade man egna grödor och medicinalväxer, något som speglade dåtidens oroligheter och behov av skydd från hotfulla fiender, epidemier och vilda djur (Blennow, 2002). Trädgården utvecklades alltså utifrån samhällets dåvarande struktur och dess förutsättningar. Idag dominerar populärkulturen våra medier och intressen. Jag ställer mig frågan hur trädgården har formats utifrån vår samtida mediekultur. Vad betyder trädgården för vår egen tid?

Låt oss anta att trädgårdstrenden är ett exempel på populärkultur, vad ligger i dess natur? Är det en trend som skapats utifrån en växande efterfrågan, ett genuint växande intresse som definierats av mottagarnas villkor? Eller är trädgårdstrenden ett exempel på *masskultur*, en artificiell trend, med ett kommersiellt syfte? Jag vill undersöka vilka *verkliga exempel* som talar för respektive mot dessa två påståenden.

Populärkulturen är synonym med den så kallade upplevelseindustrin, en industri som framtidsforskare menar får allt större omfattning i samhället. Karakteristiskt är t.ex. att många dagstidningar sedan slutet av 1900-talet inte längre utestänger populärkulturella inslag från kulturbevakningen. Allt oftare presenteras nöjes- och kulturinnehållet under samma avdelning, exempel på detta kan man se i Dagens Nyheters *Kultur & Nöje*. Denna blandning kan ses som ett ökat inflytande från populärkulturen på samhällsklimatet i stort och är en utveckling typisk för vår tid. En utveckling som går igen i en stor del av vår samtida litteratur, film och konst; gränserna mellan högkultur och lågkultur är inte längre möjliga att dra med säkerhet. I huvudsak har de industrier som producerar information i form av mediekommunikation anpassat sig till efterfrågan för att maximera sin vinst. De företagsekonomiska incitamenten har i sin tur varit starkare på underhållningssidan, något som man kan se tydligt i dagens medier som i huvudsak inriktar sig på underhållning (Falkheimer, 2001).

På etermedieområdet har de kommersiella kanalerna fått större inflytande och konkurrerar allt hårdare om publiken med public service kanalerna. En allt större andel av den totala tiden för mediekonsumtion ägnas åt underhållning. Troligen så läggs allt mer av hushållens utgifter för medier på anläggningar och abonnemang av underhållningskanaler (Sundin, 2005). Inredning och trädgård är på inga sätt några undantag, utan har utvecklats till populära underhållningsgenrer. Här redovisas ett antal exempel som visar på mängden av inrednings- och trädgårdsprogram som figurerar i de vanligaste tv-kanalerna:

Roomservice, Kanal 5; Sommartorpet, SVT; Äntligen hemma, TV4; Design Simon och Tomas, TV3; Från koja till slott, TV3; Bygglov, TV4; Extreme Home Makeover, TV3; Nytt Läge, TV3; En plats i solen, TV8; Designhuset - 35 rum & kök, TV4+; Homestyling, Kanal 5; Nya rum, SVT; Söderläge, SVT; Äntligen trädgård, TV4+; Gröna rum, SVT; Grön Glädje, SVT.

IDÉFRAGMENT

Hemmafixare

I Sverige har vi etablerat en kultur av gör-det-självare. bloggformatet passar bra till hemmafixaren. Talar i förtroende till privatpersonen.

Bloggens kommunikativa karaktär liknar samtalets och kan skapa en trovärdighet likt... Trädgård - brukare En trädgård riktar sig i första hand till . Sveriges kultur av gör - det-självare.

Utifrån detta gör det själv designblogg. Inspiration för hemmafixare.

Vad har dessa gemensamt? Trend att bry sig om vad man har hemma. Word of mouth? "Design åt folket"

E-POST

Till Maria den 14 mars 2008.

Hej Maria,

Jag gör en liten beskrivning av mitt arbete sen senaste mötet. Jag kommer på sön åka hem över påsk och komma tillbaka först den 26/3 och ville därför sammanfatta.

Jag har hittills inte känt behovet av ett nytt möte eftersom jag känner att jag fortfarande har mycket att jobba med. Jag har under veckan försökt sätta mig in i litteratur, än så länge tycker jag litteraturen i första hand föder nya frågeställningar och bara utökar ämnet snarare än ger konkret information som jag kan referera i uppsatsen. Jag har försökt att dela in arbetet i avsnitt men detta bör nog utvecklas. Jag inser att det börjar bli nödvändigt med tydliga avgränsningar av arbetet för att behålla fokus och att det inte flyter ut. Kanske är det så att man ska fråga sig vad man vill ha reda på innan man börjar leta information.

Jag har funderat över namn på bloggen och kom på: avantgarden Tyvärr är namnet redan taget, mkt frustrerande men det är väl bara att fundera vidare. Varje nytt namn kanske leder tankarna vidare. Det är svårt, men känns väldigt viktigt att namnet blir bra.

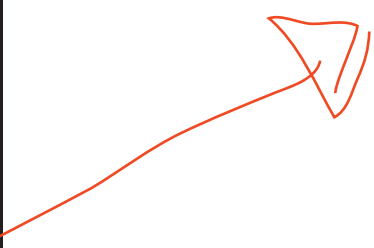
Jag arbetar med programmet som jag hoppas ska bli klart snarast då jag tycker det är ett viktigt avstamp i processen. Vidare håller jag på att utveckla ett liknande program till bloggen då jag tror det kan hjälpa mig att definiera dess profil och innehåll. Som t ex mottagaranalys, syfte osv.

Har läst texterna ang. skrivandet som du gav mig, de känns förvirrande för mig då jag tycker att de talar lite åt olika håll. "Eneroth-essän som vetenskapsmetod" talar ju för en friare metod att skriva, något som jag tycker låter intressant men kanske inte riktigt förstår hans modell hur man ska tillämpa detta. Den andra texten "forskande och skrivande" talar ju för en mer traditionell metod och jag vet inte riktigt var jag ska ställa mig mellan dessa.

Det var det som jag hittills har jobbat med. Jag har insett att det kommer bli lite brokigt med arbetet nu framöver några veckor men jag tror kanske det är bättre att ha möte när man känner att man står still än nu när jag fortfarande har massor av idéer och uppgifter.

Glad påsk!

/ Katarina



Trädgården tycks vara en del av underhållningskarusellen på tv, där vi får tips om ”det senaste” och de accessoarer som passar in i årets stilmall men är ute nästa säsong. Jag ställer mig åter frågan om denna trendfokusering är skapad i ett kommersiellt syfte eller avspeglar den ett ökat kommunikationsbehov, som också omfattar ”det nyttiga”?

Vi kan se två tydliga tendenser på trädgården idag, båda relaterar till vår samtid, möjligen till vårt populärkulturella samhällsklimat. Vi lever idag i ett ”fast forward” samhälle, som influeras av en mer utseendefixerad, ytlig kultur. Idag har svängningarna mellan olika ideologier och samhällsmönster ökat i frekvens från sekellånga förändringscykler till att förändras varje säsong. Vi befinner oss i ett ekorrhjul som snurrar allt snabbare med en ökad konsumtionstakt och en trend- och stilmedvetenhet som genomsyrar och definierar vårt levnadsmönster. Vi lägger ner allt mer arbete och tid på att presentera vårt hem. Hemmet har blivit en dröm som vi förverkligar, inspirerat av designtidningarnas uppslag.

En tydlig trend, som vi kan kalla *designtrenden*, är att trädgården har blivit en förlängning av denna utveckling, och en del av det representativa hemmet. Trädgården ska vara ett smycke som man vill visa upp och stoltsera med, en plats för självförverkligande, liksom sitt nya kök, badrum etc. Om konsumtion tidigare sågs som en motpol till en mer folkligt förankrad trädgårdskultur, är den idag viktig för trädgårdsvärlden. Som nämnts i inledningskapitlet syns i massmedierna reportage och serier om att skapa sin egen trädgårdsoas eller en utemiljö med rätt stil och utseende. Trädgården har utvecklats från en fristående enklav till att bli en förlängning av vår inredning, ett vardagsrum som vi kan köpa saker till - *Inredningen flyttar ut i trädgården*. Nu öppnas ögonen för andra intressegrupper som inser den statushöjande effekten som en snygg trädgård kan ha på hemmet, och man uppskattar dess rekreativa värden liksom dess trend- och skönhetsvärde.

Den andra trenden, som vi kan kalla för *naturtrenden*, kan vi se som en motreaktion till vårt nuvarande hektiska samhällsklimat. Vi letar oss tillbaka till det ursprungliga och traditionella, en paus i en allt snabbare vardag, vi lägger vikt på välbefinnande och livskvalitet. Trädgården har fått en viktig funktion som oas, en plats där vi kan sjunka in och hämta kraft från skild informationssamhällets alla intryck och högtintensiva rytmer. Vår längtan efter det gröna rimmar med trädgård som en plats för ett grönt och sunt liv, en önskeversion av verkligheten. Den svenska trädgården har länge haft en stark koppling till nyttoaspekten och till odling, något som idag har fått ett uppsving då vi har ett stort intresse för hälsa och gärna prioriterar ekologisk och lokalproducerad mat. När det gäller mode har vi blivit mätta på överkonsumtion och det globala, likriktade snabbmodet. Vi längtar efter något annat, något mer genuint och individuellt. Ett exempel är att *second hand* har fått ny status, det har blivit mer allmänt accepterat att återanvända. Det har blivit status att välja bort (Tham, 2007). I detta sammanhang är det intressant att notera att trädgårdsdesignern/landskapsarkitekten Topher Delaney i en intervju i Dagens Nyheter (Faxén, 2008) säger att ”*trädgårdsrummet speglar en mycket viktig roll i vår hyperaktiva tid.*” Hon tycker att de konventionella normerna för hur en trädgård ska se ut är väldigt stela och fantasilösa. Hon spekulerar att den nya tidens trädgård inte kommer att handla så mycket om blomsorter utan istället om idéer och reflektioner kring samtiden...”

E-POST

Till Maria den 24 april
2008.

Hej,
jag skulle vilja föreslå att vi bestämmer tid för ett nytt möte. Jag har brottats mycket med mig själv och insett svårigheten att jobba så självständigt som ett exjobb innebär. Den senaste månaden har också varit väldigt uppstyckad för min del med av flera skäl vilket har gjort att jag inte kunnat arbeta i den utsträckning jag velat. Jag har dock nu funnit mig till ro och den senaste tiden jobbat med att få igång bloggen. Jag har lagt upp den på sidan kontext:trädgård (www.kontexttradgard.se). Jag har insett att det tar mycket tid och jag har laborerat med utseende, färger och disposition. Jag har dock försökt anteckna mina slutsatser och kan säkert söka litteratur sedan som kan styrka mina påståenden. Än så länge finns bara ett fåtal artiklar men jag arbetar vidare och ska försöka fylla sidan så fort som möjligt.

Jag kan känna mig lite vilsen och undra om jag är på rätt väg. Har också tyckt att det är väldigt jobbigt att arbetet har dragit ut på tiden men vad jag har förstått efter samtal med andra är det väldigt vanligt förekommande.

Jag bifogar programmet till dig som vi kanske kan diskutera då, eller om vi tar det via mejl. Jag har markerat med grönt det som jag är osäker på. Tycker det har varit väldigt dåligt informerat från universitetet hur man ska skriva programmet utan exempel så jag är osäker på omfattningen osv.

För mig skulle ett möte nästa vecka kunna passa bra.

Med vänlig hälsning
Katarina

Hej Katarina,
ska vi säga 15.00 på K3? Jag kollar programmet o ska också försöka fundera över vilken typ av litteratur som kan vara intressant. Du har ju verkligen kommit igång av bloggen att döma!
/Maria

Trots resonemanget om att populärkulturen definieras av mottagarna, kan man inte undgå att skönja ett starkt kommersiellt inslag i denna trendrapportering. Vi kan nog med säkerhet konstatera att trädgårdstrenden både har populära och masskulturella inslag, en populär retorik och en masskulturell distribution (kanske även ideologi). Detta sätter sin prägel på trädgården, som har blivit en produkt. Jag vill påstå att detta är tongivande för våra förväntningar och önskemål om vad trädgården skall vara, ett resonemang som sluter en cirkel. Populärkulturen definieras av mottagarnas villkor, som sedan uppfylls av kommersiella och populära marknadsföringskanaler, vilket i sin tur har en influens på mottagarnas handlingar och levnadsmönster, som slutligen definierar efterfrågan.

Sammanfattningen av dessa tankegångar skulle alltså vara att vi går mot en utveckling där trädgårdens ramar snävas in, och anpassas efter våra egna villkor, som egentligen påverkas av kommersiella krafter. Det blir lätt en komplicerad och kanske omöjlig argumentation om "hönan och ägget", men vi kanske kan sträcka oss till att konstatera att det både finns ett kommersiellt och populärkulturellt inslag i dagens trädgård.

I inledningen nämndes att jag upplevt en svårighet med att starta en designblogg för trädgård, och jag tror detta kan vara en anledning till det. Jag hade personligen svårt att relatera till det kommersiella inslaget i den mediala trädgården, vilket resulterade i problem med trovärdigheten i dess innehåll. Jag ifrågasatte om bloggande kring designtrenden per automatik genererade ett marknadsinriktat, falskt och innehållslöst budskap. Jag upplevde också att jag gjorde ett politiskt ställningstagande genom att vara en del av den populärkulturella mediekarusellen, ett ställningstagande som jag starkt ifrågasatte och jag ställde mig frågan om det är en utveckling som jag som landskapsarkitekt vill förespråka. Jag ställer mig frågan hur jag ska kunna vara med och spela enligt dessa nya spelregler om jag varken tror på dess ideologiska ursprung och inte heller på dess innehåll.

LANDSKAPSARKITEKT I EN POPULÄRKULTUR

Måste vi som landskapsarkitekter inrätta oss i detta system och bli till kommersialismens marionetter eller finns möjligheter att förhålla sig kreativt till denna nya situation? Är det möjligt att producera populärkultur och ändå behålla en status som designer, eller signalerar ställningstagandet dålig kvalitet och massproduktion?

I kultursammanhang hör man ofta ordet "kommersiell" användas som en föraktfull spottloska mot dem som valt bort att tjäna kulturens ädlare syften. Som den tidigare definitionen av populärkultur antyder finns det en föreställning eller allmän tro om att det kommersiella är liktydigt med dålig smak. Att vara kommersiell är fult, att tjäna konsten utan anspråk på ekonomisk vinning är vackert (Herdenstam, 2007). Jag frågar mig om detta är en förenkling av sanningen och möjligen en rest från den romantiserade bilden av "den fattige konstnären". Vill inte alla sälja sina verk för dyra pengar och samtidigt bli hyllade och respekterade för sin konst?

Andy Warhol är en viktig ikon i sammanhanget populärkultur och blev i det närmaste synonym med popkonsten som

SKISSANDE

Brainstorm: blogg nr 3

Har efter långa funderingar kommit fram till att det skulle kunna vara en lyckad idé att kombinera bloggen med en annan vinstbringande verksamhet.

Att göra detta genom bloggformatet känns nytt, man slipper krångliga programmeringar utan bygger upp sidan enbart med blogginlägg och navigerar med hjälp av kategorierna.

Jag har haft funderingar kring att dela upp sidan i två och göra en bloggdel och en försälningsdel. Efter laborerande har jag kommit fram till att det går att bygga upp en sida på ett enklare sätt där man ger varje inlägg en eller flera kategorier och sorterar på så sätt sidan. Då kan besökaren enkelt klicka på den kategori som denne är

Positivt:

Fler kunder,
lättare att marknadsföra
tjänsterna kan marknadsföra
varandra

Negativt:

Inte samma målgrupp?
Minskad trovärdighet med en
säljande verksamhet

Göra sidan interaktiv med
besökarna, hur kan detta fungera?
Tävlingar, bildtävlingar,
reportagetävlingar
Forum, frågespalter
Läsare kan skicka bilder

stod i motsats till den då rådande modernistiska konsten. Han tog avstånd från bilden av konstnären som ett ensamt geni som skapade det unika verket. I sin konstnärliga teknik arbetade Warhol med massproduktionen, reklamen, serietidningarna och löpsedlarna som förebild. Popkonsten tog avstånd från bilden av konstnären som ett ensamt geni som skapade det unika verket. Den var lättillgänglig och lätt att konsumera. Hela Warhols image och myten han odlade kan ses som ett slags konceptuellt konstverk. Han beundrade kändisar och ville själv bli berömd. Warhol utnyttjade skickligt sin offentliga konstnärsbild. Warhols sätt att se på och producera konst har gjort djupa avtryck i efterkommande konstnärsgenerationer (Warhol, 2005). Andy Warhol gör följande uttalande om sitt förhållningssätt till sin konst:

"Jag fick betalt för det, så jag gjorde precis vad de sa åt mig att göra. Sa de åt mig att rita en sko så gjorde jag det /.../ - jag gjorde allt de sa åt mig att göra, korrigerade och fick det som det skulle vara... efter alla de där "korrigeringarna" hade de där kommersiella teckningarna känslor, en egen stil. /.../ Själva processen att skapa kommersiell konst var maskinell, men det fanns alltid en känsla i grundinställningen."
(Warhol, 2005, s. 3)

Jag har funderat över detta ställningstagande, att göra det som efterfrågas. Varför komplicera det ytterligare? Det var också min ursprungliga utgångspunkt för en blogg, att göra det som efterfrågas, likt det som produceras i populärpressen. Måste vi ta ställning?

Men, vi är inte enbart arkitekter för att fylla en funktion, utan för många av oss är det också ett konstnärligt och moraliskt kall. Vi har valt yrket för vi vill tjäna ett gott syfte, vi är konstnärer i arkitektkläder. Mycket lite diskuteras det hur vi faktiskt ska förhålla oss till marknaden, hur vi ska sälja och marknadsföra våra idéer och kunskaper. Detta är kanske också anledningen att en viss förvirring inför denna frågeställning uppstår. Är vår konstnärliga bakgrund en anledning till att vi upplever en svårighet, en motsättning i att bedriva verksamhet inom det kommersiella/populärkulturella fältet? Kanske är vi rädda för att erkänna oss själva som världsliga, kommersiella och vanliga. Vår relation till det kommersiella blir alltför svår och utmanar våra ideologiska grundvalar, en antites som blir svår att förhålla sig till. Vår önskan som landskapsarkitekter att skapa god design, divergerar med massmediernas och i förlängningen populärkulturens tendens att kommersialisera.

Varför är det fult att tjäna pengar som arkitekt?

Kommersialism, är en ensidig inriktning på vinstgivande affärsverksamhet, ofta nedsättande ton särskilt i vänsterpolitisk debatt (Kommersialism, 2008).

Kommersiell, som i första hand tjänar vinstintressen; affärsinriktad. Härstammar från kommers, som betyder *handel*. En kommersiell vara är en vara som är till salu. Kommersiell television med reklam står mot den reklamfria televisionen. Inte sällan har ordet en kritisk bibetydelse av något som görs bara för pengarnas skull. Till exempel ställs "bred" kommersiell film, gjord för att locka stor publik, mot "smal" konstnärlig film (Kommersiell,

koncept:trädgård

HEM

OM KONCEPT:TRÄDGÅRD

DESIGN TJÄNSTER

trädgårdsdesign - arbetsgång - förberedelser

INSPIRATION

VÅRA PROJEKT

DEN 11 JULI 2008

svensk inspiration med Ulf Nordfjell

"Tribute to Linnaeus" är en arkitektonisk trädgård med en twist av natur, så beskriver Ulf Nordfjell sitt verk. Designen är enkel, sval och nordisk med rötter i svenskt kulturlandskap. Trädgården innehåller klassiska, svenska material som stål, granit och timmer i kombination med växter som förknippas med Linné, till exempel smultron, linna och krollilja. I trädgården finns många marktäckare, materialen och växterna får mig osökt att tänka på Ulla Molin.



Växtlista för Linné 2007: En lång växtlista där jag själv valt de växter som jag tycker är viktigast för att skapa en plantering med samma karaktär fast färre sorter. [Klicka här för den kompletta växtlistan](#) där du själv kan välja dina favoriter.

Vedartade växter

Betula utilis var. jaquemontii 'Doorenbos' - himalajabjörk
Cornus alba 'Variegata' - vitbrokig kornell
Ligustrum vulgare 'Atros' - liguster
Malus 'Evereste' - prydnadsapel
Picea omorika - serbgran
Pinus sylvestris - tall

INSPIRATION

Ta en titt på vår [inspirationssida](#) för att få nya idéer till din trädgård.



BOKA OSS

Om du vill boka oss för trädgårdsdesign ber vi dig att fylla i vår [intresseanmälan](#). Den ger oss en god bakgrund till era önskemål. Efter vi mottagit intresseanmälan kontaktar vi dig för tidbokning.

[intresseanmälan](#)



KONTAKT

Kontakta oss om du har frågor eller vill veta mer om någon av våra tjänster. Fyll i e-post formuläret så hör vi av oss till dig så fort som möjligt.

NAMN

E-POST

MEDDELANDE

[Skicka](#)

LÄNKAR

[andy sturegon](#)
[arabella lennox-boyd](#)
[bauhaus-dessau](#)
[bbc gardening](#)
[chelsea flower show 2008](#)
[cleve west landscape design](#)
[escofet](#)
[ian barker](#)
[landformconsultants.co.uk](#)
[life without buildings](#)
[martha schwartz inc](#)
[odla.nu](#)
[philip nash garden design](#)
[pruned](#)
[splendor](#)
[studio lasso](#)
[svenska visningsträdgårdar](#)
[trevor tooth garden design](#)
[wynniatt-husey clarke](#)

KOMMENTAR

Skiss till en mer kommersiellt inriktad blogg.



2008).

Ideell, som verkar utan vinstintresse (för ett gott syfte); som inte kan räknas i pengar (Ideell, 2009).

Ideell organisation, sammanslutning som har till uppgift att främja medlemmarnas gemensamma ideella strävanden och som inte primärt arbetar för deras ekonomiska intressen (Ideell organisation, 2009).

När Billgren (2008) i sin bok *"Vad är konst?"* svarar på frågan *"är det viktigt att tjäna pengar på konst?"*, bidrar han med en intressant dimension till frågeställningen:

"Nej, men det underlättar. Undvik att blanda ihop konst med pengar på samma sätt som man bör undvika att blanda ihop sex med pengar. Pengar kan dock vara en viktig "färg" på paletten om man vill göra stora eller dyra saker eller film. Samla gärna ihop så mycket som möjligt på de sätt som går så kan du göra vad du vill. Många historiska konstnärer har haft en säljproduktion med lättsammare saker som de visste fungerar och jobbat övrig tid med sina egna saker. Efteråt har det ofta visat sig att det var säljgrejerna som blev bäst. Konstnären var kanske inte så överspänd när han gjorde just dem." (Billgren, 2008, s. 45)

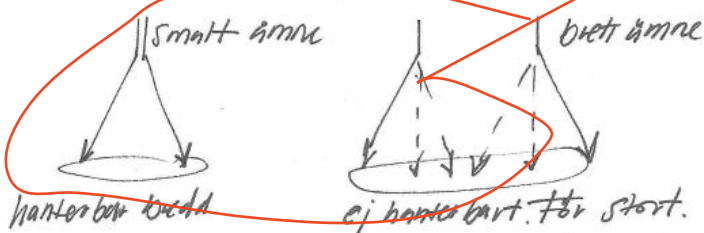
"Blanda inte ihop konst med pengar", säger Billgren. På samma sätt skulle man kunna säga "blanda inte ihop arkitektur med pengar". Det finns bra arkitektur, och det finns dålig arkitektur, det finns de som tjänar pengar, och det finns de som inte tjänar pengar. Det finns modedesigners som gör high fashion ena dagen, och som gör konfektion nästa, där high fashion är till för att inspirera/revolutionera och konfektion är till för att sälja. Kanske är det möjligt att producera landskapsarkitektur som populärkultur med samma utgångspunkt, som en länk för att sälja och sprida sin konst. Utifrån detta perspektiv kanske inte populärkulturen nödvändigtvis behöver likställas med dålig smak och lågvalitetsdesign.

Jag söker efter intressanta och kreativa designers som samtidigt riktar sig till en bredare målgrupp. I det följande tar jag upp några exempel på designinitiativ som blivit både populära och ekonomiskt framgångsrika. Exempelen har valts på grund av att de representerar något utöver den likriktade massan, kanske för att de väljer fokus. De har sin egen ingång och angriper designen på ett annat sätt, vilket de också kommunicerar. Möjligen är det så, att detta bara är en yta, en fasad, målad för att påskina en individualitet och en kritisk hållning, när det i själva verket bara är ännu ett marknadsföringsknep som inte har något med innehåll att göra. Är dessa exempel precis lika kommersiella och urvattnade som alla andra? Blir deras designinriktning endast ett säljkoncept? Det är mycket svårt att avgöra vad som är ärligt och genuint på marknaden, och vad som bara är pastisch och fasad. Frågan är om det är möjligt att producera populärkultur utan att detta genererar en urvattnad design.

Cheap Monday; tydlig designidé till billigt pris. De vill synas bredvid dyrare märken i butiker där de kan tänka sig handla själva. Deras mål är att skapa kläder som kan konkurrera med stora "high-end" märken både i attityd, "fashion-level" och i kvalitet. Utan traditionell marknadsföring, men med stark idé hur de vill presentera sitt varumärke, finns Cheap Monday idag i 28 länder och i 1000 butiker över hela världen. Med agenter och

X:rob 08-08-02

Tindgävel. För brett område. Tar sig vatten över kinnudet. Ju smalare ämne kläts en större bredd inom ämnet. Högst på ett slampa ett drupp.



Antingen göra en smal sida och välja ett ämne, eller en smärre sida med länk. På så sätt låter man andra göra jobbet. Men undvika sluttningen.

gårdens pottor skulle kunna vara en sida på nätet som samlar andra sidor.

FRAGMENT

Arkitektur är inte konst. Arkitektur är konst.

Mozart är populärkultur. Markoolio är konst.

H&M är mode. Roberto Cavalli är konfektion.

Konst är populärkultur. Konst är inte populärkultur.

Har dessa populärkulturella förändringar påverkat vårt kulturintresse, vad vi förväntar oss och vad vi efterfrågar, och i sådana fall hur?

KOMMENTAR
Vad är egentligen
populärkultur?

Vem betämnar det?

distributörer i Europa, USA, Australien, Canada och i Mellanöstern, är nu Cheap Monday redo att ta nästa steg som ett internationellt märke. (Cheap Monday, 2007)

Odd Molly; med berättelsen som utgångspunkt. Odd Molly försöker servera sin produkt paketerad i ett destillat av kvinnors tankar, behov, hemligheter och drömmar. Varje kollektion har ett tema och en värdeplattform som genomsyrar hela kollektionen. Varumärkesarbetet inom Odd Molly har sedan starten byggt på att skapa starka relationer till kunden – att inte bara stå för god design, utan också att förmedla en särskild känsla.

"Odd Molly is a brand with a mind, a heart and a conscience. Odd Molly is also a loving brand with high ambitions yet a brand that will never take itself very seriously. The Odd Molly mind loves to submit to its appetite for more, always being damn fabulous meanwhile." (Odd Molly, 2008)

H&M; samarbete med designers. Är detta ett exempel på utvecklad populärkultur? Varje år lanserar H&M ett antal stora kampanjer som de själva kallar för ikon- och designersarbeten. Välrenommerade kläddesigners bjuds in för att göra en kollektion i budgetformat. Högklassig design till billigt pris. I övrigt har kedjan en utpräglad populär hållning. Kollektionerna skapas med den breda kundkretsen i fokus och målet är att tillfredsställa många olika smakriktningar och behov. H&M vänder sig till alla modeintresserade (H&M, 2008).

"På H&M ska kunderna kunna hitta kläder och accessoarer för alla tillfällen. Kollektionerna är omfattande och nya varor kommer in till butikerna dagligen. Det finns ett antal olika koncept för dam, herr, ungdom och barn. Sammantaget innehåller sortimentet allt från modern bas till high fashion som speglar de absolut senaste internationella trenderna." (H&M, 2008)

NOD; metodutveckling och lekfullhet. Har utmanat landskapsarkitektens traditionella hållning genom att bryta ny mark. De kallar sig för ett gruppkontor, en studio där alla projekt och idéer kreeras genom grupparbete och gemensamma diskussioner. NOD arbetar aktivt och inspirerat med metodutveckling. Hur ett projekt kan utvecklas och genomföras diskuteras alltid noga. De arbetar såväl forskande som praktiskt och kombinerar djuplodande konceptuella undersökningar med modern hausse-fri design och berättande. Ett manér som de själva kallar *enkel yta med komplex innehåll* (NOD, 2009).

Om ovanstående exempel representerar design med inriktning på den breda massan men med en viss "twist", så redovisas nedan exempel på design som istället förmedlar en viss skepticism och tveksamhet inför masskonsumtionen:

Iittala; "Against Throwawayism" (Iittala, 2009). För de som föredrar hållbarhet över konsumtion och vill skapa tidlösa, välgjorda ting som kan användas varje dag. De utger sig för att vara icke kommersiella men marknadsför sig trots detta intensivt, varpå deras budskap mot "slit-och-släng" samhället snarare upplevs som en ironisering än ett ärligt ställningstagande.

“Have you noticed how easy it is, in our shopping-oriented world, to crowd your home with meaningless things? You find yourself with short-lived items that eventually cease to function, or go out of style. So they are thrown away, adding to the growing mountains of unusable rubbish on our planet, while you keep on shopping for new things.”

På Iittalas hemsida hittar man flera exempel på citat som kritiserar det kommersiella samhället. *“Less is more. Mies van der Rohe’s legendary statement has become even more relevant to our planet today. Is it relevant to you? In that case, you might want to follow us and refuse throwawayism.”* (Iittala, 2009) Ett uttalande som upplevs som en reklamkampanj snarare än ett verkligt ställningstagande. Problemet är att de utger sig för att ta avstånd från kommersialismen, när de i själva verket är en del av den, vilket blir motsägelsefullt.

Utforskandet av populärkulturen har lett till ett ifrågasättande av de ideologiska ståndpunkter som begreppet vilar på. Vilken samhällsmodell stödjer jag egentligen genom att producera populärkultur? Johan Rockström menar i en intervju med Svenska Dagbladet att vi byter tillväxtmodell. I dag mäts framsteg med hjälp av BNP, värdet på alla varor och tjänster, utan att ta hänsyn till om det från miljösynpunkt är bra eller dåliga varor och tjänster som produceras. Vi tror att ekonomisk tillväxt är målet, när det bara är ett av medlen för att nå välfärd. Idag är inte planeten med i beräkning av tillväxt. Planeten subventionerar vår livsstil utan att lämna faktura för det. Men den måste inkluderas. Vi måste en gång för alla inse att mänskligheten är en del av biosfären, och att vår välfärd och utveckling är beroende av planetens förmåga att leverera tjänster som klimatreglering, mat och naturresurser. Den ekonomiska tillväxten måste underordna sig miljöagendan, inte tvärtom (Söderström, 2008).

Fortsatt tillväxt kombinerad med snabb befolkningsökning och bibehållna produktions- och konsumtionsmönster, gör att trycket på biosfären snabbt ökar. Utvecklingen blir ohållbar. Vi måste därför noggrannare beakta tillväxtens kostnader. Lösningen på problemen är inte mer tillväxt av traditionellt slag. Vi behöver en form av utveckling som sker inom naturens ramar i stället för på naturens och miljöns bekostnad. Frågan vi måste ställa oss är vad som är hållbart på sikt. En fattig fiskarfamilj behöver utan tvekan mer mat på bordet och ökade inkomster, men samtidigt måste vi lära oss att längre nät och snabbare båtar inte nödvändigtvis ger mer – de kan tvärtom leda till utfiskning och förvärrad fattigdom. Vi behöver således fördjupa förståelsen av och nyansera diskussionen om ekonomisk tillväxt (Sterner, 2003).

Konsumtionen premieras med andra ord i vårt samhälle eftersom det genererar tillväxt. Dock kan inte tillväxt ske i all oändlighet eftersom våra resurser är ändliga, varför det blir ohållbart med en samhällsstruktur som bygger på tillväxt och konsumtion. Hur kan jag då förespråka populärkultur, som tycks ha ett tydligt kommersiellt inslag associerat till sig? Är det landskapsarkitektens uppgift att styra samhällsutvecklingen, eller finna en plats i denna och dra nytta av den? Enligt min åsikt är det allas uppgift att ta ställning.

greenoholic.se

våga sommarblommor

Tagetes, petunior och bergenia. Tråkigt, tråkigt, tråkigt! Men det behöver det inte alls vara. Med sommarblommor kan du skapa en intensiv och fräsch effekt som inte är möjligt med perennplanteringar. Man kan också byta färger efter säsong vilket gör varieringsmöjligheterna oändliga

Dyrt? En stor rabatt som man nyplanterar varje säsong, ja. Men det går att välja en mindre yta t ex en urna vid entrén som inte behöver kosta så mycket, och du belönas varje gång du passerar.

Så testa att experimentera du också, du kan välja att göra allt från en kruka till en paradplantering. Ett bra tips är att plocka en provbukett, fota, skriv ner blommorna och testa kombinationen. Om du vill göra en större rabatt kan det vara bra att plantera i urna eller en kruka första året så ser du hur växterna fungerar tillsammans.

Ta en titt på här, bläddra i tidningar eller ut och plocka provbuketter.

Lycka till!

UPPLAGD AV KATARINA KL. 14:10 0 KOMMENTARER
ETIKETTER: [RABATTER](#), [SOMMARBLOMMOR](#)

spaning: limegrön rabatt



Fick upp ögonen för den här rabatten när jag tog en vända på stan. Riktigt fräscht med en limegrön rabatt. Här har man valt en ganska enhetlig färgskala och en blå accentfärg men jag skulle kunna tänka mig en snygg och lite lättare effekt med vitt, t ex prästkragar. Eventuellt skulle jag bryta av med en mörkt röd färg eller kanske prydnadsgräs med stora fluffiga plymer. Man kan också kombinera med ett par växter med blågrön nyans, very nice. Det här är dessutom en rabatt som passar bra i skuggan...

Förslag på växter:

Achemilla mollis - Dagglåpa
Aruncus dioicus - Plymspirea
Hydrangea paniculata 'Limelight' - Syrenhortensia, limegrön
Matteuccia struthiopteris - Strutbräken
Hosta - Funkia, flera sorter att välja mellan t ex 'Gold standard', 'Invincible', 'Golden Tiara' etc. etc...

UPPLAGD AV KATARINA KL. 13:40 0 KOMMENTARER
ETIKETTER: [RABATTER PERENNER](#)

KONTAKT


Här på gardenspotting vill jag att du som läsare ska ha möjlighet att vara interaktiv och kunna påverka innehållet. Så tipsa gärna om du har önskemål på vilka artiklar du skulle vilja läsa. Kanske ser du din artikel på sidan inom kort.

Har du frågor eller synpunkter? Hör gärna av dig till mig:
gardenspotting@gmail.com

IN ENGLISH



PRENUMERERA

 Prenumerera gratis på gardenspotting med RSS och håll koll på de senaste inläggen.

ETIKETTER

[uteplats](#) (3)
[rabatter](#) (2)
[sommARBLOMMOR](#) (2)
[trädgårdsdesign](#) (2)
[typträdgårdar](#) (2)
[accessoarer](#) (1)
[rabatter perenner](#) (1)
[trädgårdsdesigners](#) (1)

PÅ GÅNG

Gert Wingård: Elva hus.
Arkitekturmuseet, Stockholm. 13 maj-31 augusti.
1977 startade Gert Wingårdh eget arkitektkontor och under de gångna trettio åren har han kommit att utmärka sig som vår mest framgångsrike arkitekt.>mer

KOMMENTAR
Detta är resultatet av föregående skiss. Jag kan tycka att jag inte riktigt lyckades illustrera ambitionerna som fanns i skissen.

Blir det för rörigt?

Ska bloggens utformning istället avgöras av inläggen och dess bilder och texter? Mer dynamisk, föränderlig. Byter karaktär. Kanske tråkigt och stelt med en färdig layout. Besökare kanske vill ha variation.

DEL II BLOGGEN

De talande exemplens berättelse.

Blogg, härstammar från eng. weblog, det vill säga en loggbok som förs på webben. En blogg är en webbsida som karaktäriseras av sitt sätt att publicera text och bildmaterial i ett kronologiskt fallande system, med det nyaste inlägget överst på sidan. Bloggen kan ses som ett mellanting mellan en personlig kolumn och en dagbok (Blogg, 2008).

Bloggen har som en "personlig och öppen dagbok på webben" funnits sedan mitten av 1990-talet men har på senare år slagit igenom kraftigt, mycket tack vare utvecklandet av lättanvända bloggverktyg. Blogginlägg skapas snabbt och är ofta informella i tonen och representerar en enskild åsikt. Bloggaren är ofta subjektiv till skillnad från journalisten som är anställd för att vara objektiv. En typisk blogg innehåller iakttagelser och synpunkter på dagsaktuella händelser, länkar till intressanta och aktuella webbsidor, men kan också användas på flera sätt i en företagsmiljö. Dessutom har läsare möjlighet att kommentera inlägg och därigenom vara delaktiga och i viss mån styra diskussionen på sidan (Blogg, 2008). Det tidigare informationsmonopolet gav en enorm möjlighet att bestämma nyheters vara eller icke vara. Denna dörrvaktsfunktion är nu borta och bloggarna kan själva bestämma intresseriktning. Detta påverkar starkt vad som skrivs på bloggarna samt är en del av deras karaktär. (Hewitt, 2005)

Att skapa en egen blogg med hjälp av ett gratis bloggverktyg är det enklaste sättet att skapa webbsidor på Internet, och idag kan man skapa en ny blogg på mindre än fem minuter. Det finns bloggar i ett brett spektrum av ämneskategorier, med väldigt olika inriktning och innehåll. Ett intressant fenomen man kan se är att populära tv-serier men också erkända dagstidningar har startat egna bloggar, kanske är detta ett effektivt sätt att locka nya läsare (Blogg, 2008).

Varför bloggar man? Hewitt menar att man gör det av två anledningar: för att påverka, och för att lämna ett avtryck. Helt enkelt människans naturliga vilja att ha en betydelse. Det är av samma anledning som författare skriver böcker, eller konstnärer målar tavlor. Vad som är unikt för bloggen är dess möjlighet till ett nästintill gränslöst publikantal. Viktigt att understryka att detta är en möjlighet och inte en garanti. Bloggens kanske största fördel är dess snabba reaktionsförmåga, möjligheten att nå ut till läsarna med en nyhet bara minuter efter inläggets födelse (Hewitt, 2005, s. 105).

En viktig egenskap som bloggar har är som ett slags mediefilter. Många blogg författare, är egentligen inte författare, vad de istället gör är att de filtrerar, värderar och spinner vidare på stoff som produceras av andra. En bloggare kan därför ses som en sorts spindel som väver ihop ett nät av all den kunskap som fritt seglar omkring på Internet, och gör den lättillgänglig. Detta är ett mycket vanligt fenomen inom bloggvärlden som ofta också uppmuntras av bloggare sinsemellan. En mycket vanlig del av bloggen är en så kallad *blogroll*, en länksamling till andra bloggar som man frekvent läser och hyser respekt för. Dessa bloggar länkar i sin tur till deras respektive favoritbloggar, på detta sätt skapas ett nätverk av kvalitetsbloggar, en *bloggosfär*, som samlar

gardenspotting

DEN 11 JULI 2008

naturträdgård



Om naturen är en trend, är den här för att stanna! För många framstår naturtomten som ett alltmer lockande alternativ till den traditionellt ordnade trädgården. Under mer än ett kvarts sekel har vi jagat ut resterna av naturen och skapat onödigt tråkiga trädgårdar, bostadsområden och stadsdelar. Nu vill vi ta den tillbaka och skapa en trevligare, grönare och mer levande omgivning. Det ska blomma, surra och kvittra när man öppnar dörren! Det finns mycket som du kan göra för att skapa en bit natur i din trädgård. Ängen är till exempel ett självklart element i den svenska naturträdgården.

Låt formerna följa den befintliga topografin och snegla på vad som finns i närliggande naturområden och inspireras. Då ser du vad som trivs i det området du bor och det kommer kännas naturligt, som det alltid funnits där.

UPPLAGD AV KATARINA KL. 14:41 0 KOMMENTARER  

ETIKETTER: TYPTRÄDGÅRDAR

sommarblommor "Purple Haze"

Tog en titt i mitt bildarkiv och hittade den här snygga rabatten som jag tycker man ska inspireras av! Den går i blåa toner vilket kan vara svårt och bli mörkt, men här tycker jag att man har lyckats riktigt bra. Den var en av entrérabatterna i Göteborgs Botaniska 2007. Rabatten är uppbyggd med en stomme av *Verbena* med svajande blomställningar i violett. Ljusare toner i *Ageratum*, *Phlox*, och *Lobelia* lättar upp liksom *Panicum virgatum* och *Pennisetum villosum*.



KOMMENTAR
Destillerad form
av den förra
bloggen.

Enklare layout,
som styrs av
inläggen istället
för ramverket.

Bra namn.

KONTAKT

Här på gardenspotting vill jag att du som läsare ska ha möjlighet att vara interaktiv och kunna påverka innehållet. Så tipsa gärna om du har önskemål på vilka artiklar du skulle vilja läsa. Kanske ser du din artikel på sidan inom kort.

Har du frågor eller synpunkter? Hör gärna av dig till mig:
gardenspotting@gmail.com

PRENUMERERA



Prenumerera gratis på
gardenspotting med **RSS** och
håll koll på de senaste inläggen.

ETIKETTER

uteplats (3)
rabatter (2)
sommarblommor (2)
trädgårdsdesign (2)
typträdgårdar (2)
accessoarer (1)
rabatter perenner (1)
trädgårdsdesigners (1)

PÅ GÅNG

Gert Wingård: Elva hus.
Arkitekturmuseet, Stockholm. 13 maj-31 augusti.
1977 startade Gert Wingårdh eget arkitektkontor och under de gångna trettio åren har han kommit att utmärka sig som vår mest framgångsrike arkitekt.>[mer](#)

Sandcity. Arkitekturmuseet, Stockholm. 17 juni-14 september.
Konstnären Jenny Berntsson har rest till olika platser i världen och gjort sandstäder utifrån de tolkningar hon har gjort av respektive plats.>[mer](#)

Äta ute.: Serveringar i Stockholm. Arkitekturmuseet, Stockholm. 11 juni-21 september.
Med originalmaterial från stadsträdgårdsmästare Holger Bloms samling hyllar museet uteserveringen i en mindre utställning i sommar.>[mer](#)

Göteborgs lustgårdar. 28 juni-28 september.
Norra Europas största trädgårdsutställning pågår till den 28 september och innehåller mer än 300 programpunkter där allt från tillfällen

människor som intresserar sig för samma saker. När man läser bloggar inom ett specifikt ämne tar det inte lång tid förrän man upptäcker en ganska väl definierad, lite trängre bloggösfär. Ofta finns det ett fåtal bloggar som erbjuder ett verkligt bra innehåll av primärt intresse och ett lite större antal bloggar som mestadels länkar till och/eller kommenterar de viktigaste bloggarna (Våge, 2004).

Bloggen som företeelse är idag mycket vittomfattande och från den ursprungliga dagboken på Internet är den numera ett verktyg som används både i ett populär- och masskulturellt samt kommersiellt syfte. Bloggen har reducerats till en teknisk lösning, en plattform eller ett verktyg som man sedan applicerar en lösning på. Begreppet blogg kan syfta till dess publiceringsform, en handling, en plats för diskussion och dialog, en mötesplats, ett verktyg, en kollektiv kunskapsgenerator, en företagshemsida osv. Bloggen kan till och med användas som en utstuderad företagsstrategi för marknadsföring och masskommunikation.

Jag inser därför att det är nödvändigt för denna studie att göra en egen definition av vad jag egentligen menar med benämningen *blogg*. Jag kommer i följande avsnitt att diskutera bloggen i förhållande till dess användbarhet inom landskapsarkitekturen/trädgården. När jag talar om trädgårdsbloggens potential syftar jag till bloggen som en plattform för diskussion, som kan rymma ett kollektivt kunskapsgenererat genom ett aktivt deltagande. När jag talar om bloggen syftar jag också till dess karaktäristiska sätt att ordna information, som kan vara en blandning av eget författande, länktexter, referat etc. En viktig del av bloggen är dess sociala funktion som ett gemensamhetsskapande element. Jag kan till viss del även se bloggen som en politisk sfär, en avgränsad kontext inom vilken en specifik diskurs förs.

ALLTINGS SAMMANSMÅLTANDE I BLOGGEN

Vad kan vi som landskapsarkitekter lära oss av att utforska nya kommunikationsmöjligheter? Arkitekten har genom historien stått för skapande och kommunikation av idéer och visioner med ett frambringande av illustrativa planer som ett huvudelement. Den visuella kommunikationen har således alltid varit en kärnuppgift för arkitekten (Anstey, Grillner, & Hughes, 2007). Genom att se landskapsarkitekten som en kommunikatör kan vi kanske bättre förstå dess koppling med populärkulturen. Att studera mediekommunikationen ger således en intressant dimension till detta påstående. Carlsson (1999) menar att synen på medier och kommunikation har förändrats med tiden, och mediekommunikationen har kommit att få en växande betydelse. Nya medietekniker, internationalisering och en liberal mediepolitik ligger bakom utvecklingen. Det finns ett växande utbud av information, vi har blivit rörligare och marknaden präglas av ett högt tempo med snabba förändringar. Konkurrens, specialisering och ökad selektivitet karaktäriserar också utvecklingen på mediemarknaden som är tydlig i hela västvärlden. Underhållningsindustrin och populärkulturen får allt större utrymme, något som avspeglar sig på medieframställningen och gynnar dramatisering, förenkling och förstärkning.

Trenden går mot allt mer anpassad och riktad information. Detta har enligt Göran Thorstensson (2006) sin utgångspunkt i det faktum att människor påverkar andra människor i

IDÉFRAGMENT

Designblogg med inriktning
trädgård, utemiljö, och arkitektur
för privatpersoner.

mycket större grad än massmedier. Vill man förändra attityder och beteenden bör alltså tyngdpunkten ligga på att skapa förtroende och relationer, snarare än på masskommunikation. Utvecklingen har lett till en förändrad journalistroll, det finns ett ökat behov av professionella informatörer. Finns det idag exempel på arkitekter som har tagit ställning och verkar i detta nya sammanhang?

OMA är ett kontor som undersöker arkitektens roll i vår nya samtid, och lyfter bland annat upp frågor kring arkitektens kommunikatörsroll. De tar upp frågor som angränsar till, eller är en del av populärkulturen men kan nog inte i sin egen produktion betraktas som populärkulturella. De har gjort ett flertal publikationer som redovisar nya förhållningsparametrar för arkitekten. Bland annat har man experimenterat tvärvetenskapligt i nya samarbeten mellan yrkesgenrer. I *"S,M,L,XL"* (Koolhaas, Mau, & Sigler, 1997), samarbetar Rem Koolhaas (arkitekt), med Bruce Mau (grafisk designer). En intressant utveckling och ett tydligt steg i en utveckling mot en mer kommunikationsinriktad arkitektroll. I publikationen *"Guide to shopping"* (Koolhaas, Inaba, & Leong, 2002), diskuteras arkitektens roll i marknads ekonomin, hur arkitekten har utvecklats till medlare eller kommunikatör mellan vara och konsument.

Internet är idag det naturliga valet för att marknadsföra en verksamhet eller nå ut med ett budskap. Det är också det vanligaste sättet att söka information. Informationssökning, annonsering och nyhetsförmedling har blivit en naturlig del av vår Internetvardag och vi använder mediet i allt större utsträckning och dess användningsområden ökar ständigt. I en undersökning från SCB om svenskarnas Internetvanor kunde man konstatera att över 90 procent av Sveriges invånare i åldrarna 16–44 år använde Internet under första kvartalet 2007, och mer än 80 procent har tillgång till Internet hemma. Man använder också Internet i allt större utsträckning och till fler ändamål, t ex är det mest populärt att söka efter varor eller tjänster (SCB, 2007).

Det finns tendenser som pekar mot en reformation av massmediernas betydelse och förhållande gentemot varandra. Vissa källor menar att vi är i en övergångsfas och massmedierna kommer att ersättas av mer specialiserade individmedier. Svefors (1998) menar att detta är en naturlig utveckling då trenden pekar mot ett alltmer individanpassat samhälle. Historiskt blev tidningen ett massmedium, ett medium för kollektiv kommunikation, som gjorde det möjligt för människor att blicka utanför sin lilla värld och bli delaktiga i "den stora världen". Med framväxten av tv vidgades perspektivet ytterligare och det som tidigare varit en lokal kollektiv gemenskap blev nu en nationell gemenskap. Detta lade grunden för massdemokrati och gemensamhets-skapande nöjesprogram. Idag har tv utvecklats som massmedium och skapat en mångfald som på sikt kommer lösa upp det enhetliga massamhället. *"När tv och Internet integreras kommer "Hylands hörna-samhället" slutgiltigt vara upplöst. Det kommer inte längre vara 1,8 miljoner svenskar som 19.29.30 slår sig ner för att se Rapport."* Det finns inte längre någon anledning att titta på nyhetssändningen vid en exakt tidpunkt, när man själv kan välja precis vilken tid som helst på dygnet, liksom det inte heller finns anledning att se en halvtimmes nyhetsredovisning av intressant och ointressant när man kan välja själv vad man vill se. Eterns massmedier har blivit individmedier.

Bloggen är ett exempel på ett individmedium, ett fenomen typiskt för sin tid, en tid som präglas av populärkulturella

DAGBOK

Måndag den 14 juli, 2008.

Den senaste veckan har jag jobbat mycket kring layout på sidan. Former, färger disposition. Utvecklingen med sidan går framåt även om jag känner att jag inte hittat en riktigt klockren fullträff. Tankarna går mer åt att cirkulera kring syftet med sidan. Vad är det som inte fungerar? Jag når halvvägs men inte ända fram.

Jag börjar fundera kring om resultatet av exjobbet inte är bloggen i sig utan själva sökandet efter en form för bloggen.

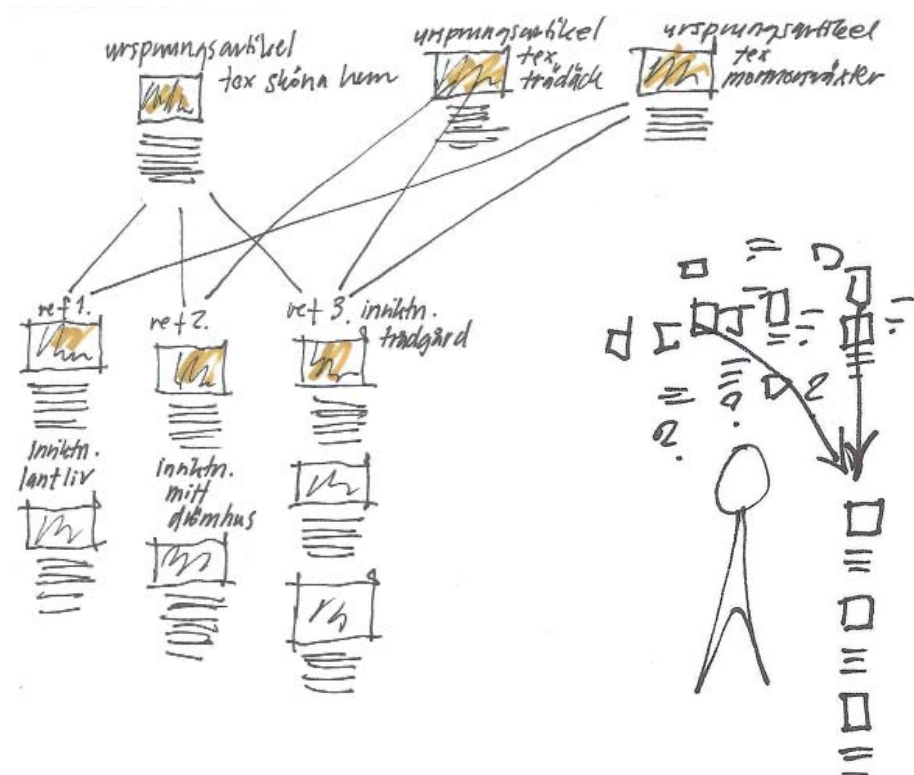
strömningar. Detta får mig att fundera över bloggans natur - Är bloggarnas framgång en förlängning av de populärkulturella strömmarna eller en reaktion emot den? Genom att ställa bloggen i perspektivet av Gitlins (1981) definition av populärkultur erhåller man följande resultat:

- Bloggens innehåll produceras *inte* av centraliserade, ofta transnationella företag.
- Bloggen når sina läsare genom *en enda* kanal, ofta med en smal målgrupp.
- Bloggens innehåll är *inte* massproducerat och rationaliserat utan tvärtom ofta personligt och ursprungligen utan kommersiell bakgrund.
- Bloggens innehåll är *inte* profant och världsligt utan ofta specifikt och riktar sig till en smal målgrupp, som bildar en community av "creative commons".
- Bloggen blir en knutpunkt över nationer och fysiska gränser för människor med samma specialintresse.

Ur ovanstående sammanställning kan man utläsa att bloggen inte tycks vara ett populärkulturellt fenomen. Bloggen är en kultur skapad av folket, för folket. Dess innehåll är inte massproducerat och når sina läsare genom en enda mediekanal, bloggen riktar sig också ofta mot en smal målgrupp. Bloggen tycks vara ett folk-kulturellt fenomen snarare än en form för populärkultur. Dock är detta en sanning med modifikation. Bloggen är ett verktyg som kan användas i valfritt sammanhang, vilket möjliggör publicering av i princip all typ av information. Detta medför också att bloggarnas innehåll kan variera kraftigt beroende på författare, och således ha en mer eller mindre populärkulturell ton. Men bloggen som publiceringsverktyg är inte i sig av populärkulturell art. Det är det skrivna ordet som definierar bloggans populärkulturella vara eller icke vara.

Bloggens trovärdiga egenskaper som icke kommersiell, har också uppmärksammats av reklambranschen. Välbesökta bloggar har blivit intressanta som marknadsföringskanaler och en ny bloggmarknadsföring har växt fram. Bloggmarknadsföring kan användas på flera sätt; dels kan man exponera sitt budskap på bloggen genom traditionella annonser, men företag kan också indirekt försöka synas på bloggen t.ex. genom att påverka bloggskribenten att kommunicera företagets budskap. Skribenterna till de välbesökta bloggarna erbjuds ofta stora summor pengar för att uttrycka en särskild åsikt, något som har blivit mycket kontroversiellt inom bloggvärlden, eftersom bloggarna uppskattas för deras oberoende hållning.

Bloggen kan ses som en del av en muntlig kultur, snarare än den traditionella journalistiken. Den förmedlar en erfarenhetskunskap, en närhet och en annan trovärdighet än boken eller tidskriften. Man brukar kalla denna typ av kommunikation i marknadsföringssammanhang för *word of mouth*. Muntlig kommunikation har en egenskap av att inte uppfattas som kommersiell, till skillnad från många andra medier. Vi litar mer på ett budskap eller en rekommendation från någon vi känner, jämfört med om samma budskap skulle kommuniceras via en annons i ett traditionellt medium, exempelvis tidning, radio eller tv. Människor litar helt enkelt på sina vänner och att de inte har något kommersiellt syfte. Dessutom är budskapet personligt och många gånger anpassat till mottagaren (Silverman, 2001).



KOMMENTAR

Bloggen samlar information i en relevant kontext.

Istället för att surfa på 10 olika sidor kan du läsa allt på en sida.

Bloggen liknar den muntliga kommunikationen på många sätt, den inger trovärdighet och kan vara en källa till inspiration och gemenskap. Bloggen skulle kunna liknas vid trädgårdsmässan, som kan ses som en analog motsvarighet till trädgårdsbloggen. Villakvarteret är en annan liknelse, där man delar med sig av kunskaper och får ett socialt utbyte genom sitt intresse, bloggen fyller samma funktion men riktar sig till en större massa. Bloggen utgör ett eget samhälle med en identitet och gemenskap, en plats att kommunicera och debattera. Nya mönster och sociala strukturer bildas, platser blir mindre viktiga och vi hittar jämlingar över geografiska gränser. Vare sig man är intresserad av odling, design, växter eller spanska mördarsniglar finns det en oändlig möjlighet att specificera sig och forma just sitt eget *bloggsamhälle*.

Bloggen karaktäriseras av dess inriktning/specialisering, besökaren kan få all information samlad på sin favoritblogg istället för att själv söka runt i den stora massan. Uppgiften består inte längre av att producera information i samma utsträckning, eftersom information finns i all oändlighet. Den stora uppgiften ligger i att arrangera informationen, och göra den tillgänglig i ett sammanhang. Det är just detta sammanhang som gör bloggen unik, dess inriktning och fokus gör informationen centrerad och mer lättillgänglig för *bloggsamhället*. Henry Jenkins (2008) menar att det i bloggarnas kunskapssamlade uppstår en kollektiv intelligens – ingen vet allt; alla vet något. Den kollektiva intelligensen kan i mediasammanhang användas som en alternativ makt som vi kan lära oss behärska genom en kontinuerlig blandning av medier, till exempel genom att blogga. För tillfället använder vi makten som en fritidssysselsättning men utan tvekan kommer den inom kort användas för mer ”seriösa” syften.

Bloggarnas inflytande på marknaden är som sagt mycket stort, de har en stor makt och bidrar till en kunskapsproduktion där det som skrivs blir upphöjt – det som diskuteras på bloggarna idag blir vad som anses ligga i fronten imorgon. Det ”senaste” bestäms av bloggflödet och tendenser som grupperar sig i ”bloggstormar” och ”bloggbävningar” (Hewitt, 2005). Man kan se bloggen som en idéspredare och trendgenerator vars stoff skapas i det perifera till skillnad från populärpressen som avhandlar det som kan benämnas som *mainstream*. Genom bloggarnas grundläggande egenskaper som spetskompetens finns en inneboende potential att på en blogg bidra med en framåtsträvande kunskapsproduktion.

Ett exempel på bloggarnas starka inflytande är FRA-debatten som våren 2008 startade som en stark reaktion från högljudda bloggare. Det var inte bara de politiska ungdomsförbunden som lobbade mot förslaget som skulle ge FRA utökad tillgång till den dator- och teletrafik som passerar Sveriges gränser. Hundratals välbesökta bloggar har i månader drivit en allt mer intensifierad kampanj mot lagförslaget. På Internetportalen *knuff.se* kunde man i juni 2008 finna inte mindre än 4662 inlägg om ämnet (FRA, 2008). Många av blogginläggen har präglats av frustration, både gentemot politiker och mot medier som man menar har varit för tysta i debatten kring frågan. Istället har bloggare själva tagit ton, och med hjälp av politisk satir och stundtals väldigt hårda ord, försökt få politiker att rösta nej till propositionen. Reaktionerna blev så massiva och starka att fenomenet har kommit att kallas för en ”bloggbävning”. Bloggarnas delaktighet i FRA-debatten uppmärksammades även i Dagens Nyheter. En av de första att dra igång debatten i våras var bloggaren och samhällsdebattören Henrik Alexandersson. Vi vet att politiker läser

DAGBOK

Torsdag den 31 juli 2008.

Jag minns ett samtal jag hade med min handledare Maria i ett tidigt stadium i min process.

Hon nämnde redan då att jag borde avgränsa min blogg och dess målgrupp.

Jag noterade detta men märkligt nog har jag inte förstått budskapets hela innerbörd förrän långt senare. Jag tror detta också är orsaken till mina problem med sidan, dess bredd är också dess problem. Efter att ha studerat bloggar inom olika ämneskategorier kan jag också konstatera att det är de specificerade och smalaste sidorna som också är de mest framgångsrika och intressanta.

En blogg som skriver lite om allt, skriver också allt om inget.

Ju bredare ingång desto svårare att lyckas med sin etablering. Jag har länge trott att trädgårdsdesign är ett tillräckligt avgränsat ämne, men jag börjar nu tvivla. Jag ser många fördelar med att avgränsa bloggens innehåll så lågt det går. Varje artikel ska knyta an till helheten.

DAGBOK

Fredag den 1 augusti, 2008.

Efter allt detta arbete inser jag att jag förmodligen har börjat i fel ände. Jag hade en tro om att namnet skulle lösa mina frågor kring bloggens profil och målgrupp.

Med ett tillräckligt bra namn skulle resten av mina funderingar lösas i ett trolldrag. Jag inser att detta är fel väg att gå.

Det känns som jag har spenderat så mycket tid att gå omkring, runt, runt och tillbaka igen för att slutligen nå denna punkt.

Jag måste hitta en ingång på sidan som jag är nöjd med, sen tror jag att namnfrågan blir sekundär.

våra bloggar. Även om inte regeringen tycks ha påverkats så har enskilda riksdagsledamöter det, säger han i en intervju i Dagens Nyheter. (Åberg, 2008)

Bloggandet kan inte längre ses som ett meningslöst tidsfördriv, ovanstående exempel talar för bloggandets maktpåverkan, en handling som kan leda till viktiga samhällsbeslut eller samhällsförändringar. Röster som tidigare varit tysta får en möjlighet att höras. Detta är ett bevis på att vem som helst kan sätta sig ned vid tangentbordet, för att sedan se resultatet i verkligheten. Bloggarna har på kort tid kommit att utvecklas till att bli en politisk och kulturell kraft att räkna med. En tendens som vi säkerligen kommer att få se mera av.

E-POST

Till Maria den 14 augusti 2008.

MATERIAL INFÖR MÖTE

Jag tycker det känns svårt att skicka uppsatsen eftersom den fortfarande inte riktigt sitter ihop. Jag tar med en utskriven version imorgon så kan vi bara snabbt bläddra igenom för att ge dig en uppfattning om var jag står i arbetet. Jag har gått tillbaka och funderat kring problemformuleringen och frågeställningarna för att bättre förstå uppsatsens mål. Detta skulle jag vilja diskutera med dig imorgon. Jag ser detta en sista kontroll av upplägget på uppsatsen för att få ihop ett bra resonemang och en bra argumentation.

För att sammanfatta de senaste veckornas arbete: Jag har funderat mycket kring bloggans avgränsning och först nu har jag insett relevansen av din kommentar tidigt i arbetet. Jag har frångått idén med att kombinera bloggen med min andra affärsverksamhet att rita trädgårdar. (kontextträdgård)

Ett steg i processen gjorden jag denna blogg för att testa en annan vinkel. Jag tycker dock fortfarande att den har problem med sin avgränsning(gardenspotting). Jag har funderat mycket kring bloggans funktion i mitt exjobb. Jag lutar alltmer åt att inte använda bloggen i sig själv i mitt exjobb utan endast se den som en "testbed" som har gett mig värdefulla insikter som jag inte kunnat få annars.

Nulägesstatus: Göra en dubbelsidig rapport, ett uppslag med min litteraturstudie på ena sidan och mitt mer "skissartade" arbete med bloggen som testbed på den andra.

Jag tror sidorna kan förstärka varandra och ge en intressant inblick i processen. Slutresultatet är kanske inte den färdiga

bloggen. Något som jag tycker känns riktigt då jag anser att en färdig blogg kan tendera att agera som ett facit, en effekt som jag inte vill skapa. Jag undrar vad du tycker om detta.

Jag känner att jag har arbetat en lång tid utan handledning, kanske i fel riktning eller i rätt... Men jag tycker att det är viktigt nu med ett samtal med dig så att jag landar rätt med alla bitar som nu hänger löst i luften. Jag tror jag har mycket insamlat material att använda och jag behöver bara fila på argumentationen. Jag bifogar min litteraturlista för att ge dig en inblick i det jag har studerat.

Vi ses fredag kl 16!

/Katarina

SLUTDISKUSSION

Helhetens framväxande ur de talande exemplen.

I detta fjärde och avslutande kapitel kommer jag att sammanfatta huvudlinjerna för arbetet. För att göra en kort tillbakablick, har alltså denna studie syftat till att undersöka hur man med en blogg kan ta ett steg mot en förnyelse av trädgården som ett kulturellt fenomen. Detta har gjorts genom att studera två aspekter av ämnet, *populärkultur* och *blogg*. Arbetet inleddes med en beskrivning av en medietendens som jag uppfattat i samhället. Till en början hade jag en ingång som var starkt kommersiellt betoad och jag ställde mig frågan varför man inte kan tjäna pengar på landskapsarkitektur liksom man tjänar pengar på allt annat. Jag har under arbetets gång utvecklat denna ståndpunkt till en något mer nyanserad bild av denna frågeställning. Genom en inre monolog av motsättningar har jag skapat mig en bild av ett kunskapsfält vilket redovisades i kapitlen *populärkulturen* och *bloggen*. Där har jag försökt redovisa alla exempel, ibland motstridiga sådana, men som tillsammans skapar en helhetsbild i all sin komplexitet av den kontext som uppsatsen befinner sig i. Med utgångspunkt från dessa exempel kommer jag i följande diskussion fördjupa mig i ett antal av dessa där de studeras i ett mer övergripande sammanhang. Jag har valt att göra detta genom ett perspektiv som analyserar dem som konvergenser och paradoxer. På detta sätt bibehålls den komplexitet och den motsägelsefulla tillvaro som exemplen innefattar men samtidigt resoneras kring följderna för detta.

Man skulle kunna sammanfatta studiens helhet genom att beskriva det konvergensförhållande som existerar mellan trädgården/landskapsarkitekturen och bloggen. Med konvergens syftar jag till det gränsöverskridande närmande som arbetet utforskar mellan de två ämnesområdena. Jenkins (2008) skriver om mediekonvergensens värld där alla viktiga historier blir berättade, varje varumärke sålt och varje konsument uppvaktad tvärsöver olika medieplattformar. Han menar att denna spridning av medialt stoff – tvärsöver olika mediala system, konkurrerande medieekonomier, sociala och nationella gränser till stor del beror på konsumentens aktiva deltagande. Konvergens är enligt Jenkins inte enbart en teknologisk process, som för samman funktioner under skalet på en och samma apparat. Han beskriver istället konvergens som ett kulturellt skifte där konsumenten uppmuntras söka ny information och foga samman innehåll från olika medier. En lek som "åskådarna" utför i det nya medielandskapet. Konvergens uppstår alltså inte på grund av ny teknologi, hur sofistikerad den än må vara, utan uppstår i huvudet på enskilda individer på grund av deras sociala interaktion, konvergenskulturen är med andra ord en deltagarkultur. Man kan se medieproducenter och mediekonsumenter som två aktörer som interagerar på ett oförutsägbart sätt i enlighet med nya regler som ingen av dem egentligen till fullo har grepp om.

Genom att blogga om trädgård på Internet uppstår ett intressant möte mellan medievärlden och landskapsarkitekturen. I mötet uppstår det oväntade, bloggen smälter samman med trädgården som nyskapas i en virtuell skepnad. Vi kan göra en jämförelse med trädgården som odlingskultur och bloggen som

IDÉFRAGMENT

8 september 2008.

Ny idé till blogg:

Problem med avgränsning. Vad vill JAG blogga om?

THE SWEDISH GARDEN?

Målgrupp, ska man försöka hitta man eller ska man tillfredställa existerande målgrupper?
Svårt att välja en inriktning på sidan.

Ska man välja en mer specifik inriktning t.ex. välja ett tema inom trädgårdsdesign?
Vilken är målgruppen, vad vill de ha. Ska man skapa en inriktning och låta målgruppen komma?

Testa olika alternativ

Bottna teorierna

Jag skulle vilja blogga om svensk trädgård och svensk trädgårdstradition.
Vad är svensk trädgård? Vad är svenska växter? Vissa växter har dock blivit starkt förknippade med en särskild stil, och stilarna har i sin tur blivit en representation för vår uppfattning om svensk trädgård.

Har efter reflektioner kring resor försökt ringa in trädgårdsstilen typiskt för respektive land. Jag har då försökt fråga mig vad som är typiskt svenskt och funnit denna frågeställning väldigt intressant.
Vad är essensen i svensk trädgård. Har funderat kring hur jag ska relatera ny erhållen kunskap till den svenska trädgården. Hur ska man förhålla sig till influenser utifrån, hur kan man integrera dessa i svensk trädgård?

ANLEDNING TILL BLOGG:

Vill lära mig mera om ämnet.

Tror att den svenska formgivningen är stark.

Svensk trädgård, naturnära. Kan vara rätt i tiden.

Inte gå över ån efter vatten.

Varför göra en medelhavsträdgård när vi kan njuta av vår svenska natur?

Ulf Nordfjell är populär i Europa, varför?

populärkulturell och kommunikativ motsvarighet. Trädgårdens sociala, rogivande, och rekreativa värden strålar samman med bloggans subjektiva, sociala och utåtriktade intressen. Varför man bloggar är av samma anledning som man skriver överhuvudtaget, man vill lämna ett avtryck. På trädgårdsbloggen möts dessa två ytterligheter, det tekniska möter det växande, jord blir till ettor och nollor, spirande rankor till löpmetrar med text. De två möts i blogginläggets skapande och vad blir resultatet? Vad är det egentligen som händer i detta möte och vilka värden skapas? Ett slags virtuellt koloniområde? Bloggen har blivit ett trädgårdsrum, genom vilken en ny kreativ inspirationsvärld skapas. En kulturell och virtuell sfär där man kan odla sitt intresse, en kunskapsproduktion som symboliserar ett slags växande. Trädgården har utvecklats från sin ursprungliga form och får på Internet ett eget liv där begreppet *trädgård* får en ny innebörd. Jag vill påstå att denna konvergens bidrar till det som jag vill kalla en förnyelse av trädgården som kulturellt fenomen. Den traditionella trädgården kommer fortsätta att existera, men få sällskap av en virtuell trädgård, en skapelse och en tolkning av sin egen tid.

På samma sätt som man kan studera arbetets konvergenser vill jag nu vända på resonemanget och analysera bloggen som en paradox. Med paradox menas ett påstående som förefaller orimligt eller motsägelsefullt men som ändå kan innehålla en djupare sanning. Det är en figur som omfattar motsägelsefulla aspekter, som inte går att förenkla. Paradoxer uppkommer genom en tillämpning av var för sig (skenbart) rimliga principer, vilka tillsammans dock skapar orimliga och oacceptabla resultat. Paradoxer leder ofta till en revision av etablerade åsikter eller till en mer omsorgsfull formulering av grundläggande principer (Paradox, 2009).

Bloggen kan ses som en sådan figur, en paradox som innehåller motsägelser. Man kan till exempel se bloggen som en kulturparadox, en plats där olika mediekulturer möts. Bloggandet som handling kan enligt diskussionen i kapitlet *bloggen* klassificeras som folkkultur. Men om man ser till det som produceras på bloggen kan vi se en tendens till en blandning och ett sammanförande av olika mediekulturer.² Den blir en mötesplats över kulturella gränser som innehåller allt på samma gång - folkkultur finkultur, populärkultur. Bloggen blir på detta sätt en paradoxal företeelse, vad betyder egentligen detta och vad får det för konsekvenser? Mediekoncentrationen som beskrivits i kapitlet *populärkulturen* är väldigt förödande för mångfalden eftersom det hämmar konkurrens och sätter medieindustrin över konsumenternas krav. Man skulle kunna tänka sig att medierna som konvergerar på bloggen skapar nya dimensioner av tidigare fastslagna normer och bidrar till en förnyelse och en nytolkning av den information som produceras.

Det är lätt hänt att diskussionen om mediekonvergensen blir en aning utopisk. Det är möjligt att det är för enkelt att påstå att en sammanslagning av olika medieformer per automatik skulle frambringa ett intressant och kärnfullt innehåll. Tidigare resonerade jag kring bloggen som en kunskapsgenerator, ett ackumulerande av kunskap som samlas på en plats. Men jag nämnde också att en stor andel av bloggarna sällan primärkällor utan re-

² Dock ska det tilläggas att omfattningen av denna mediekonvergens beror mycket på den aktuella bloggans inriktning och fokus.

DAGBOK

11 september 2008.

Ett annat alternativ till en blogg skulle kunna vara den personliga bloggen

där jag som trädgårdsdesigner uttrycker mina funderingar och reflektioner i mitt jobb och under mina resor. Bloggen tappar ju då sin ursprungliga tanke om att marknadsföra trädgård i ett populärkulturellt syfte vilket jag kan tycka är synd. En genväg. Slipper ta ställning.

Vad är det i den mer allmänna ursprungliga trädgårdsbloggen som brister?

Är det just att jag brottas med fördomarna från min yrkeskår när det i själva verket skulle fungera bra mot allmänheten och trädgårdsamatörerna?

Ett påstående som skulle stämma väl med de allmänna fördomarna om populärkultur.

Eller är det för att man förenklar den för mycket vilket ger den ett alltför naivt uttryck?

fererar och länkar till annan information. I dessa fall skapas en slags rundgång i bloggssfären där samma information skrivs om och om igen. Jenkins (2008) sätter fingret på en viktig frågeställning: *hur uppkomsten av ett antal nya medier har genererat nya former av kunskap, berättande och kulturkonsumtion*. Johansson (2008) är dock kritisk mot Jenkins och ifrågasätter konvergenskulturens självständighet och förmåga att bryta den tidigare monopolstyrda masskulturen, som på ett plan innebär en ökad mångfald och en välkommen decentralisering av det offentliga samtalet. Han är kritisk till den utsträckning som bloggssfären kretsar kring de traditionella massmedier som den sägs utmana, samtidigt som de stora aktörerna försöker bemöta hotet genom att ge sig ut på samma arena. En deltagarkultur där "kulturkonsumenterna" i slutändan bidrar till att upprätthålla de stora kulturaktörernas ekonomiska intressen. Han ställer sig frågan om bloggandet inte snarare bekräftar det rådande maktövertäget snarare än slår sönder det. Om vi sätter bloggen i relation till Johanssons argumentation om konvergenskulturens självständighet kan bloggrundgången vara en förstärkande faktor som snarare bekräftar masskulturen snarare än bryter sig loss från den. Bloggen blir således inte en form för en ny kunskapsproduktion, utan på sin höjd en ny *kunskapsreproduktion*.

Trots detta bidrar bloggen fortfarande med en ny form för berättande och kulturkonsumtion vilket är intressant. Bloggaren blir en redaktör som arrangerar informationen i mediebruset där tolkningar och kommentarer ligger i fokus. Dessa ligger sedan till grund för läsarnas egna reflektioner varpå ett samtal skapas. Olika kulturer och erfarenheter möts där människor delar sina liv med varandra - lekmän, medier och experter, privata livsbetraktelser, populärvetenskap och fackkunskaper, allt i en enda blandning. Ett deltagande, en konvergens, som leder till en kollektiv intelligens. Fenomenet skapar en helhetsuppfattning med en interaktivitet där diskussioner över gränser skapas. Kanske finns det ändå en större kritisk potential i att använda de nya medierna istället för att ignorera dem? *Internetträdgården* skulle kunna bidra till en intressant diskussion om trädgårdsdesign i nytt format; en unik företeelse inom den designteoretiska trädgårdsdiskursen.

I denna studie har jag utgått från en situation ett trend- och kommersiellt orienterat samhälle där populärkulturen skapar nya förutsättningar, vilket sedan mynnar ut i en diskussion där jag ifrågasätter hur jag ska förhålla mig till populärkulturen. Jag väger för och emot, vrider och vänder på det populärkulturella begreppet och undersöker dess effekter. Denna diskussion har jag försökt att konkretisera genom att illustrera mina forskningsresultat med ett antal olika *testbloggar*. Dessa ämnar inte utgöra förslag till hur en populär användning av en blogg skulle kunna se ut, de kanske inte ens bidrar till inspiration. Men de har legat som grund för denna studies slutsatser, och gett mig viktiga insikter om bloggans svårigheter och möjligheter. Studiens fullständiga budskap, svaret på de ställda frågorna kanske i viss mån besvaras, andra aspekter lämnas obesvarade. Men min förhoppning är att alla dessa delar, i dess sammanhängande men också åtskilda tillvaro, ändå ska bidra till en ökad medvetenhet och en ökad kunskap av ett komplext område. Kanske bidrar denna studie med ett frö, om hur en trädgårdsblogg i populärformat skulle kunna se ut.

apropå landskapsarkitektur

DEN 22 SEPTEMBER 2008

blåbär vs bambu



Jag ska snart på en studieresa till Japan där jag ska läsa en kurs om japanska trädgårdar. Ska bli otroligt spännande och jag trippar på tå fram till oktober då det bär iväg. Sedan jag anmälde mig har jag funderat mycket kring företeelsen att ta in utländsk inspiration och

applicera den i ett svenskt sammanhang. Inget konstigt med detta, ett kulturellt utbyte har varit en ständigt pågående process. Rätt eller fel? Jag känner mig kluven i frågan och är inte säker på hur jag ska ställning. Det finns ändå något som tar mig emot med att göra en japansk trädgård i ett svenskt sammanhang. Bambu och blåbär känns inte riktigt som en klockren kombo. Visst kan man arbeta med grundidéerna och sedan arbeta med svenska växter, men detta föder ju en minst lika stor diskussion om vilka växter som faktiskt är svenska. Kunskap som föder förvirring...

Det tycks som om argumenten i diskussionen snabbt faller när man ställer frågan vad som är verkligt svenskt. Å ena sidan kan man tycka att vår kultur är så uppblandad att det inte spelar någon som helst roll. Samtidigt så finns det också en uppfattning, om än en något diffus sådan, om svenskhet och tradition, som i och för sig inom detta rymmer en stor variation. Jag skulle t.ex. inte rita samma trädgård till en 20-talsvilla som till ett radhus från 60-talet. Men jag kan tycka att det finns en poäng med att förhålla sig till detta. Varför ska vi bygga ett Japan i Sverige när vi har många fina kvalitéer att ta tillvara här?

Under det moderna projektets tvåhundraåriga historia har man diskuterat högst olika former av kulturimperialism, från fransk hovkultur till amerikansk "yuppiefiering" (Löfgren 1990:86). Jesper Falkheimer skriver i sin bok *Medier och kommunikation* att oron för att det internationella ska bryta ned vår nationella särart är överlag ogrundad. Liksom det svenska språket har influerats av andra språk sedan urmines tider omskapas vår svenska kultur i en ständig rörelse. Det nationella byggs upp av olika element som ofta har andra länder som ursprung. Endast Sverige svenska krusbär har, skrev författaren Carl Jonas Love Almqvist på 1800-talet. Det må vara sant, men kåldolmarna härstammar från Turkiet.

Frågan fortsätter eka i mitt huvud. Kanske när jag nya sanningar i landet långt borta.

Källor

Falkheimer, Jesper (2001) *Medier och kommunikation*, Lund: Studentlitteratur

Löfgren, Orvar (1990) "Medierna i nationsbygget" i Hannerz, Ulf (red.) *Medier och kulturer*, Stockholm: Carlssons

UPPLAGD AV KATARINA KL. 10:43 1 KOMMENTARER 
ETIKETTER: TRÄDGÅRD

DEN 5 OKTOBER 2008

mikroplantor

i huvudet på en landskapsarkitekt

tankar kring landskapsarkitektur, stort som smått. **apropå**

landskapsarkitektur syftar till att föra en kontinuerlig diskussion om landskapsarkitektur i dess aktuella kontext. dokumentation, reflektion, kommunikation kring det offentliga rummet. bloggar om arkitektur, landskap, trädgård och allmänna iakttagelser min omvärld. Skriver för närvarande examensarbete om trädgården som populärkultur.



tematiskt

stadsbyggnad (1)
trädgård (1)
övrigt (1)

övriga bloggar

öresundsbloggen

länkar

JoLA
Sveriges Arkitekter
Sveriges Arkitekter Skåne
Topos

aktuella händelser

lokalt öresund

Aktuella händelser i regionen.

16-27 september. "Byggekologi i europeisk samverkan".
Studentprojekt som genomförs av Futura Ekogård och universitetet i Linz, Österrike. Bondrum, Österlen.
17 oktober. Helvar på turné - lär Sverige spara energi. Spara energi-seminarium på St. Getruds, Malmö.

Form Design Center. Lilla Torg, Malmö, Tis-Fre 11-17, Tors 11-18, Lör-Sön 11-16.
5-28 september. KOLLA! Grafisk design och illustration 2008
I samarbete med Svenska Tecknare.

Vad är då slutsatsen för detta undersökande? Jag vet fortfarande inte om jag kan besvara denna fråga svart eller vitt. Jag kan skönja både för- och nackdelar med populärkulturens influens, vilket också har framkommit i de exempel som jag tagit upp. Med arbetet har jag ämnat skapa en ökad förståelse kring hur vi som landskapsarkitekter påverkas av samhällskulturella förändringar och hur vi kan ta tillvara på den demokratiska potential som finns i vissa av samtidens kulturella trender. Utifrån resultaten av denna studie har jag kommit fram till att jag vill bjuda in populärkulturen som samhällsutveckling snarare än att motarbeta den, jag vill tro att vi inom denna nya kontext fortfarande kan artikulera våra intressen. Det populära blir ett perspektiv som vi på något sätt kan använda oss av och utveckla oss inom, det måste vara möjligt att skapa en intressant berättelse inom populärkulturens ramar.

Jag vill med denna uppsats undersöka hur jag med en blogg kan ta ett första steg mot en förnyelse av trädgård som ett kulturellt fenomen. Genom en tvärvetenskaplig ansats gör jag också ett försök till att utveckla och förnya den vedertagna bilden av trädgården. Har jag lyckats med detta? Jag vill påstå att diskussionen som förs genom arbetet bidrar till att vidga ramarna för vad trädgård kan vara, och på så sätt tar jag också ett steg mot en förnyelse av trädgården. Den efterverkning som jag hoppas att denna rapport kan bidra till kommer att föra budskapet vidare och förhoppningsvis sprida en ny våg av trädgårdar som växer fram på Internet.

Man kan fråga sig om bloggen i denna studie tillför skrivits alltför stor makt. Kanske. Men kom ihåg att arbetet inte syftar till att försöka förutspå framtiden. Bloggen är ett verktyg, som i dess nuvarande form kommer vara inaktuell inom ett par år, varför det är ohållbart att argumentera för den som objekt. Därför vill jag poängtera att jag med denna studie istället syftar till att belysa en situation, en medietendens, där bloggen är bara ett av många exempel på vad som faktiskt är möjligt inom populärkulturens kontext. Om framtidens trädgård kommer finnas på en blogg eller någon annanstans är egentligen sekundärt. Jag ser bloggen som en katalysator, ett sätt att ge trädgården nytt liv och aktualisera en diskussion i den svenska designteoretiska trädgårdsdiskursen.

Välkommen till den nya *trädgården i bloggospären*, där landskapsarkitektur möter mediekultur, professionell blandas med amatör, tradition med trend, där det populära existerar sida vid sida med den ”fina” och den ”folkliga” kulturen, och där en ny kommunikationsarena skapas öppen för alla att delta.

FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING

Denna studie har skrapat på ytan på ett ämne som är komplext och innefattar många olika dimensioner som det finns möjlighet att utforska vidare.

En frågeställning som jag funnit mycket intressant men inte haft utrymme att studera vidare i detta arbete är: *Hur har samhällets populärkulturella förändringar påverkat vårt kulturintresse, vad vi förväntar oss och vad vi efterfrågar, och i sådana fall hur?* I förlängningen undrar jag: *hur vi som landskapsarkitekter påverkas av dessa förändrade villkor? Styr det våra produkter och måste vi ändra vårt sätt att kommunicera med vår*

DAGBOK

19 september 2008.

Förvirringen är upphöjd till skyarna och alla frågor står på sin spets. Min studie av populärkulturen har fått mig att ifrågasätta allt i mitt examensarbete.

Kanske är förvirringen av godo och kommer på sikt lösa alla konflikter i resonemanget men för tillfället är allting upp och ner. Jag har tappat målet och är inte säker på vilken riktning arbetet kommer ta.

Kommer jag att gå ifrån min ursprungliga tanke och är detta i sådana fall negativt, eller kan det kanske vara just den insikten som är kärnan i mitt arbete?

Min ingångspunkt för examensarbetet var att göra en trädgårdsblogg som var mer inriktad på design än odling vilket var ett resultat av en upplevd avsaknad av trädgårdsrelaterad design.

Bloggen tyckte jag var en bra väg att nå den tänkta målgruppen för arbetet samtidigt som det är ett verktyg som passar bra i tiden.

Tanken var också att bloggen skulle ha ett kommersiellt motiv och jag ville frigöra mig från påståendet att "det inte går att tjäna pengar på kultur". Jag vet inte riktigt längre vad som är min ståndpunkt och vilket ben som jag ska stå på. Jag ser fler nackdelar men också fördelar och inser komplexiteten i ämnet. Jag kan sammanfatta mina tankar att jag i och med min nya kunskap också har höjt min förvirring till ett nytt plan.

målgrupp? Här finns möjlighet att ha en fördjupad diskussion om mediekulturens påverkan på både landskapsarkitekter och brukare.

Den kommersiella kopplingen är också ett avsnitt i denna studie som skulle kunna utvecklas betydligt mer. Hur vi som landskapsarkitekter förhåller oss till det och hur det påverkar våra produkter. Men också hur vi blir styrda av kommersiella krafter och hur vi själva bidrar till att styra marknaden. Jag tror att man här skulle kunna komma mycket långt t.ex. genom utgångspunkt från bl.a. Roland Barthes - *Mytologier*.

För vidare forskning inom ämnet hade jag också rekommenderat att ta del av erfarenheter inom bloggosfären, som t.ex. bloggsribenter, bloggnätverksansvariga, bloggkonstruktörer etc. Något som jag tror kan ge både ökad relevans och förstärka ämnets trovärdighet. Detta informationsinhämtande hade t.ex. kunnat genomföras som intervjuer och enkäter.

Ett element som jag valde bort i denna studie var att analysera bloggen genom *receptionsstudier*. Med andra ord att studera hur en färdig blogg uppfattas, för att få en uppfattning om efterfrågan och förstå olika användarmönster. Detta hade till exempel kunnat genomföras med ett antal konceptbloggar där man sedan studerade skillnader mellan dessa. Här hade man kunnat tillgodogöra sig värdefull information om olika användargrupper och hur intresseområdena varierar mellan dessa.

FÖRSLAG TILL NYA TRÄDGÅRDAR I BLOGG-OSFÄREN

Genom examensarbetet har jag haft många tankar och idéer kring bloggans användbarhet inom landskapsarkitekturen. Bloggens möjligheter är i det närmaste obegränsade och dess gränssnitt innebär en stor valfrihet gällande bloggans struktur och karaktär. Inom landskapsarkitekturens fält finns det stora möjligheter att använda sig av bloggen. Nedan redovisas ett antal exempel:

Bloggen som *marknadsföring*. Kan t.ex. fungera som en typ av projektbok/portfolio för att publicera sina projekt. Ett exempel på detta är *Testbedstudio* (2009) som använder bloggen som en typ av presentation, vilket ger en personlig och karaktärsfull beskrivning av deras verksamhet.

Bloggen som *ett nätverk/kunskapsgenerator/kollektiv intelligens*. Det finns mängder med olika bloggar, vilka tillsammans skapar en otrolig kunskapsbank. Det skulle vara intressant att på något sätt samla ihop all den här informationen. Möjligheter att samla bloggar i en viss kategori. En renodlad länksida är enligt min åsikt dock inte så givande, men idén skulle kunna vara användbar om dess genomförande är väl avvägt. Kanske hade man kunnat samla *rss*³-flöden och skapat ett samlat rubrikflöde. En sorts kollektiv samlingsblogg. Detta hade man kunnat komplettera med någon sorts presentationssida för varje blogg. Tänk att samla alla Sveriges landskapsarkitekturbloggar på en plats.

Bloggen som *en dagbok*. En blogg som samlar person-

³ RSS används för att visa sammanfattande eller fullständigt innehåll av text från exempelvis webben, tillsammans med en (permanent) länk till ursprungsplatsen, en så kallad *syndikering*. Detta används mycket frekvent av bloggar för att dela med sig av senaste inlägg och kommentarer. Som läsare kan man alltså prenumerera på de senaste inläggen i form av *RSS*-länkflöde.



IDÉFRAGMENT

Min idé till mitt examensarbete var att skapa en blogg av populärkulturell karaktär, med ett kommersiellt syfte. Att spela på den rådande trädgårdstrenden och med bloggns karaktär skapa en internetsida som skulle bevaka trädgårdstrender för den privata villaägaren. Mina tankegångar har utvecklats sen dess och jag är inte längre säker på att jag vill producera, medverka till populärkultur.

liga betraktelser, om sin yrkesroll eller om sitt kontor. Skulle också kunna användas internt inom en verksamhet, som ett reflekterande kring sin process. Man skulle också kunna tänka sig att man genom en blogg kan föra en metadiskussion om sina projekt, både internt eller externt. Något som skulle kunna vara intressant för ett kontor som inriktar sig och lägger mycket fokus på metodutveckling.

Bloggen som *ett debattverktyg*. En annan idé för en blogg hade kunnat vara att använda den som ett diskussionsverktyg. Till exempel hade man på en blogg kunnat ställa en fråga, eller utgå från en situation för att sedan låta en viss grupp, eller en allmänhet, diskutera detta. Som debattverktyg skulle bloggen också kunna vara intressant i en offentlig kontext. Kanske skulle man kunna använda bloggen som ett demokratiskt instrument i t.ex. ett kommunalt sammanhang. Bloggen som ett debattverktyg skullen även kunna passa kontor som arbetar med diskussions- och dialogbaserad planering.

Bloggen som *en del i designprocessen*. Kan man kanske använda bloggen som ett verktyg i designprocessen. Bloggen skulle kunna fungera som en del av en skissprocess. Bloggens funktion med kommenterbara inlägg öppnar för nya interaktionsmöjligheter, något som skulle kunna bidra till en utveckling av nya intressanta projekt- och skissmetoder.

Bloggen som *ett planerings-/projektverktyg*. Bloggen skulle kunna fungera som en privat projektsida, en kommunikationsbas, en slags privat anslagstavla, tillgänglig för olika aktörer inom ett projekt.

Bloggen som *en konceptblogg*. Bloggen skulle kunna användas med god framgång för att skriva om ett specifikt ämne, gärna ett smalt och välavgränsat ämne. Att avgränsa bloggen underlättar definiering av målgrupp och ger skrivandet en inriktning. En begränsande faktor är förstås intresset för ämnet, vilket lättast undersöks genom en *sökordsanalys*. Det vill säga att man analyserar antalet sökningar på ett ord, för att sedan avgöra dess potentiella framgång

REFLEKTION KRING ARBETSMETODEN

Jag har nu i arbetets slutfas reflekterat över den process och den metod som jag har använt i arbetet. Det har varit väldigt skönt att kunna alternera litteraturstudie med ett kreativt skapande av en blogg, när jag kört fast med den ena har jag kunnat arbeta med den andra och vice versa.

Jag är mycket positiv över den valda metoden för litteraturstudien då den har uppmuntrat till att vända på resonemang och söka nya fakta. Att använda texten som ett skissverktyg, genom att "skriva sig till kunskap" har varit ett stort bidrag till arbetet och är ett arbetssätt som jag kommer att bära med mig i framtida projekt. Den största svårigheten var att avgöra i vilken utsträckning metoden skulle efterföljas i relation till egna ställningstaganden. Detta diskuterade jag med min handledare vilket resulterade i en viss modifiering av metoden. Arbetet påminner således i sin form om en traditionell vetenskaplig uppsats men dess innehåll har arbetats fram med en något alternativ arbetsmetod.

Skapandet som handling, det vill säga arbetet med testbloggarna har haft både bra och dåliga sidor. Upplägget för arbe-

DAGBOK

18 november

Min idé till mitt examensarbete var att skapa en blogg av populärkulturell karaktär.

Att spela på den rådande trädgårdstrenden och med bloggans karaktär skapa en internetsida som skulle bevaka trädgårdstrender för den privata villaägaren.

Mina tankegångar har utvecklats sen dess och jag är inte längre säker på att detta är vägen jag vill gå. Jag har noterat en utveckling av mina idéer om bloggen.

Från att till en början ha varit en kommersiell idé med en önskan om en utvecklingspotential mot en affärsidé har jag landat i en smal och icke-kommersiell blogg med låga förutsättningar för en affärsverksamhet.

Jag ställer mig frågan om det verkligen är detta som jag har velat med projektet och varför jag har hamnat här.

Är det på grund av mina egna insikter och förståelse för de begränsningar som har uppkommit eller är det en omedveten påverkan från min omgivning.

Eller är det på grund av en medveten styrning från min handledare?

Jag önskar att jag vid denna punkt hade en blogg att visa upp, men det har jag inte.

tet har varit frustrerande då jag till en början hade bestämt att jag skulle göra *en färdig blogg*. Detta blev ett stressmoment när jag insåg att det inte gick som jag tänkt mig och ständigt var tvungen att prova nya varianter. Dock har det varit positivt för resultatet att varje blogg skapades med en intention om att denna skulle fungera. Resultatet av detta sökande har således varit mycket lyckat, och kanske genererat mer kunskap än om jag endast skulle gjort en blogg, även om det från början inte varit givet hur detta resultat skulle presenteras i rapporten. Kunskapsmässigt har testbloggarna varit väldigt bra, och genererat många tankar och perspektiv som inte hade uppkommit utan detta praktiska moment. De har också skapat en trygghet inför redogörelsen av teorin, eftersom jag praktiskt har utforskat ämnet.

Angående rapportens disposition har jag upprepade gånger funderat om det har varit det optimala sättet att visa arbetet. Det kanske egentligen inte passar sig alls för en skiftlig rapport? Jag har haft funderingar kring att visa arbetet på en blogg, vilket kanske skulle förstärka budskapet med arbetet. Jag upplever att det är svårt att frånga vissa normer hur ett vetenskapligt arbete ska presenteras, eventuellt hade jag gjort detta annorlunda med den vetenskapen som jag har nu. Eventuellt kommer jag att genomföra detta som ett komplement till den skriftliga rapporten inför den muntliga presentationen.

Arbetets omfattning i förhållande till tidplanen har inte följt kursbeskrivningens rekommendation på 6 månader. Den totala arbetsinsatsen uppskattar jag dock till att överensstämma med de avsedda 20 veckorna. Det finns flera anledningar till att arbetet har dragit ut på tiden. Det första halvåret ägnade jag åt att formulera en forskningsuppgift. Min första ingång till examensarbetet var att göra en blogg för trädgårdsdesign, en uppgift som saknade både ett teoretiskt och kritiskt förhållningssätt. Det var alltså en lång process innan examensarbetets faktiska form med problemfrågeställningar och dess kritiska tyngdpunkt var möjlig att formulera. Jag tror att situationen är densamma för många studenter, examensarbetet är en forskningsuppgift som måste få gro en tid innan man är redo att starta med arbetet. En anledning varför det blir absurt att under den första veckan formulera ett färdigt program. Man är helt enkelt inte redo att göra detta.

Jag menar att själva tidsomfattningen gör stor skillnad i mitt arbete. Hade jag begränsat examensarbetet till en termin hade arbetet handlat om hur man gör en blogg om trädgårdsdesign. Nu handlar arbetet istället om den komplexa tillvaro som trädgårdsbloggen innefattar, och hur denna tillvaro relaterar till populärkulturen och landskapsarkitekturen. Man kan med andra ord säga att arbetet har utvecklats från att skildra ett intresse, till att ur ett kritiskt perspektiv behandla ämnet i en större kontext med dess influens på omgivningen.

Examensarbetets andra del, som vi kan kalla genomförandet har av praktiska skäl bedrivits under halvtidsstudier, vilket både har haft sina positiva och negativa sidor. Den största nackdelen har varit att det tar tid att återuppta arbetet när det legat på is under en längre tid. Det positiva är att arbetet har fått möjlighet att mogna till ett resultat som inte hade varit möjligt att uppnå under en förkortad arbetsperiod. Jag är helt övertygad om att detta har påverkat examensarbetets slutgiltiga resultat på ett positivt sätt.

IDÉFRAGMENT

18 november

Vad handlar egentligen mitt examensarbete om? Vad är kärnan i det jag vill säga? Hur ska jag kunna knyta ihop alla lösa delar till en slutsats?

REFERENSER

- SCB. (2007). *Privatpersoners användning av datorer och Internet*. Stockholm: SCB, enheten för investeringar.
- Andersson, L. G. (den 15 sep 2008). *Populärkultur*. Hämtat från Nationalencyklopedin: http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=551007
- Anstey, T., Grillner, K., & Hughes, R. (2007). *Architecture and Authorship*. London: Black Dog Publishing.
- Billgren, E. (2008). *Vad är konst?* Halmstad: Bokförlaget Langenskiöld.
- Blanck, A. (den 7 apr 2007). *Samlaren / Tjuguförteend årgången. 1907/64*. Hämtat från Projekt Runeberg: <http://runeberg.org/samlaren/1907/0072.html> den 26 jan 2009
- Blennow, A.-M. (2002). *Europas trädgårdar*. Lund: Bokförlaget Signum.
- Blogg. (den 12 dec 2008). Hämtat från Nationalencyklopedin: <http://www.ne.se/artikel/652248>
- Booth, W. C., Colomb, G. G., & Williams, J. M. (2004). *Forskning och skrivande*. (B. Nilsson, Övers.) Lund: Studentlitteratur.
- Carlsson, U. (1999). *Mediesverige 1999/2000*. Göteborg: Nordicom.
- Cheap Monday. (den 15 okt 2007). *History*. Hämtat från Cheap Monday: <http://www.cheapmonday.com/> den 15 dec 2008
- Couet, H. (2008). *H&M Magazine*.
- Eneroth, B. *Att skriva sig till kunskap - om essayn som vetenskapsmetod*. Kontakt: bo.eneroth(at)stockholm.mail.telia.com: Icke publicerad artikel.
- Eriksson, T. (den 07 maj 2006). *Heminredningstrenden flyttar ut i trädgården*. Hämtat från JM: <http://www.jm.se/default.aspx?id=241&page=8&expand=210772> den 22 jul 2008
- Evander, C. J. (den 11 maj 2007). *Trädgårdsintresset skapar nya jobb*. Hämtat från Sydsvenskan.se: <http://sydsvenskan.se/ekonomi/article238105.ece> den 18 nov 2008
- Falkheimer, J. (2001). *Medier och kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.
- FRA. (den 11 jun 2008). Hämtat från knuff.se: <http://knuff.se/>
- Gitlin, T. (1981). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the Left*. Berkeley: University of California Press.
- Google. (2009). *Google Sverige sökmotor*. Hämtat från Google.se: www.google.se den 10 maj 2009
- H&M. (den 15 dec 2008). *Våra modekoncept*. Hämtat från H&M: http://www.hm.com/se/omhm/faktaomhm/vramodekoncept_concepts.nhtml
- Hellquist, E. (den 27 okt 2007). *Pöbel*. Hämtat från Svensk etymologisk ordbok: <http://runeberg.org/svetym/0705.html> den 26 jan 2009
- Herdenstam, A. (den 21 dec 2007). *Kulturen måste kunna tjäna pengar*. Hämtat från Nyhetskanalen: http://nyhetskanalen.se/1.223198/2007/12/21/kulturen_maste_kunna_tjana_pengar den 12 dec 2008
- Hewitt, H. (2005). *Blog - Understanding the information reformation that's changing our world*. Nashville, USA: Nelson Books.
- Ideell. (den 17 jan 2009). Hämtat från Nationalencyklopedin: <http://www.ne.se/artikel/1358347>

- Ideell organisation. (den 03 apr 2009). Hämtat från Nationalencyklopedin: <http://www.ne.se/l%C3%A5ng/ideellorganisation>
- Iittala. (den 20 jan 2009). *Iittala philosophy*. Hämtat från Iittala: http://www.iittala.com/web/Iittalaweb.nsf/en/iittala_iittala_philosophy
- Jansson, A. (2002). *Mediekultur och samhälle*. Lund: Studentlitteratur.
- Jenkins, H. (2008). *Konvergenskulturen*. (P. Sjäöden, Övers.) Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB.
- Johansson, A. (den 18 aug 2008). *Henry Jenkins/ Konvergenskulturen: Där nya medier kolliderar*. Hämtat från Expressen kultur: <http://www.expressen.se/kultur/1.1268923/henry-jenkins-konvergenskulturen-dar-gamla-och-nya-medier-kolliderar>. den 1 maj 2009
- Kommersialism. (den 12 dec 2008). Hämtat från Nationalencyklopedin: <http://www.ne.se/artikel/O853678/O853678>
- Kommersiell. (den 12 dec 2008). Hämtat från Nationalencyklopedin: <http://www.ne.se/artikel/1049015>
- Koolhaas, R., Inaba, J., & Leong, S. T. (2002). *The Harvard Design School Guide to Shopping*. Taschen.
- Koolhaas, R., Mau, B., & Sigler, J. (1997). *S, M, L, XL*. (J. Sigler, Red.) Monacelli Press.
- Lefvert, A. (den 11 apr 2008). *Inne att vara ute*. Hämtat från Arbetarbladet: <http://arbetarbladet.se/merlasning/hemtradgard/1.11251> den 22 jul 2008
- Warhol. (2005). (Läsförlaget, Övers.) New York, USA: Warhol Estate/ Artist Rights Society.
- NOD. (den 19 jan 2009). *NOD*. Hämtat från NOD: <http://www.nod.coop/>
- Odd Molly. (den 15 dec 2008). *Investors*. Hämtat från Odd Molly: <http://oddmolly.com/investors/brand>
- Paradox. (den 09 apr 2009). Hämtat från Nationalencyklopedin: <http://ne.se/artikel/1196590>
- Populär. (den 11 maj 2009). Hämtat från Nationalencyklopedin: <http://www.ne.se/populär>
- Populär. (den 11 maj 2007). *Främmande ord i svenska språket. Folkets uppslagsbok*. Hämtat från Project Runeberg: <http://runeberg.org/frammord/0124.html> den 11 maj 2009
- Silverman, G. (2001). *The secrets of word of mouth marketing* (Vol. 64). New York: Amacom.
- Sparks, C. (1992). Popular Journalism: Theories and Practice. i P. Dahlgren, & C. Sparks, *Journalism and popular culture* (ss. 24-44). West Sussex: Selwood Printing Ltd.
- Stenvall, H. (den 04 jul 2008). *Växande trädgårdsintresse bakom ny e-butik*. Hämtat från Dagens handel: <http://www.dagenshandel.se/dh/DagensH.nsf/0/BFC42F1B6161ED9FC125747C002179B7?open> den 22 jul 2008
- Sterner, T. (2003). *Tillväxt och miljö*. Miljöpolicynheten. Stockholm: Sida.
- Svegfors, M. (1998). Idag massmedier, imorgon individmedier. i S. Boström, *Internet som den förlängda tidningen* (ss. 29-35). Stockholm: Tidningsutgivarna.
- Söderström, P. (den 06 nov 2008). *Dags för planeten att skicka faktura*. Hämtat från Svenska dagbladet: http://www.svd.se/nyheter/idagsidan/samhalle/artikel_1960155.svd den 15 dec 2008

BETRAKTELSE

17 januari 2009

Tecken på att exjobbet styr mot land?

För den hundra gången fick jag idag frågan vad jag skriver om i mitt examensarbete. Under året har det varit lite av en oundviklig obekväm situation där man skruvande försöker förklara något som jag inte själv vet hur det sitter ihop, men.

Nu, för första gången, kände jag att jag vet precis vad jag jobbar med, och när jag lyssnade på mig själv lät det dessutom som jag arbetade med något riktigt intressant. Det var ju bra att veta...

Så jag antar att det snart är dags att lämna in och säga adjö.

Tack och hej.

- Testbedstudio. (den 28 jan 2009). Hämtat från Testbedstudio:
<http://www.testbedstudio.blogspot.com/>
- Tham, M. (den 18 nov 2007). *Modemedvetenhet*. Hämtat från Svenska Dagbladet: http://www.svd.se/kulturnoje/nyheter/artikel_605405.svd den 12 maj 2008
- Thorstenson, G. (2006). *Människor påverkar människor*. Springtimes förlag.
- Våge, L. (den 3 nov 2004). *Bloggen — en informationsväg i tiden*. Hämtat från Nationalencyklopedin: http://www.ne.se/report/fullreport.jsp?i_sect_id=RP8651 den 10 dec 2008
- Åberg, A. (den 14 jun 2008). *Bloggarna leder striden mot FRA-lag*. Hämtat från DN.se: <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=147&a=779582> den 04 sep 2008